

令和2年度事業実績報告書

整理番号	20001	事業名	ユニバーサルツーリズム 推進事業	担当部	地域観光部
				担当者	稲村 志穂

【事業の概要】

民族共生象徴空間（ウポポイ）の開設や2021年の東京オリンピック・パラリンピックを控え、誰もが安全・安心に道内旅行を楽しむことができる環境を整備するため、道民が主体となった「おもてなし」の機運醸成により、「観光立国・北海道」としての受入体制整備の推進を図る。

【事業実施内容】

1. バリアフリー対応事業

(1) バリアフリー観光商品開発

① マーケティング調査

各種道内外の高齢者・障がい者団体にバリアフリー旅行に関するアンケート調査を実施。  
回答者数=369名(内北海道283件、道外86件)

② 検討会議

高齢者、肢体不自由、視覚障がい等の団体から障がい当事者を参集して検討会議を開催。

・日時：令和2年9月4日（金）18：00～19：00

・会場：かでの2・7 610会議室

③ ユニバーサルツーリズムの戦略策定

・ユニバーサルツーリズムを推進するための戦略指針、戦略展開などを作成。

④ モニターツアーの実施

障がい者が参加するモニターツアーにより意見の反映や課題の抽出を行った。

・白老・洞爺・登別コース：9月26日～27日

・網走・知床コース：10月11日～12日

⑤ 動画やSNSを活用した広告宣伝及び意識啓発

・モニターツアーの様子を撮影し動画コンテンツを作成し、観光関連事業者へ情報提供

・動画を活用し、宣伝広告を実施。

(2) 「バリアフリー対応ノウハウ習得セミナー」の開催

対象者：観光関連事業者、観光ボランティア、観光施設従事者、自治体職員など

・専門家によるバリアフリー対応の必要性や、取組の事例等の紹介

・障がい者等目線での疑似体験（宿泊・食事・入浴等介助、体験観光、施設見学の介助状況等）

・障がい者等との意見交換、バリアフリー対応検討ワークショップ

・観光関連施設（観光施設、宿泊施設、交通機関等）のバリアフリー状況の紹介

・災害時における対応、連絡先等の情報整備

実施場所・日時・会場・参加人数

地域	日時	会場	人数
知床	10月19日（月）10：30～13：30	北こぶし知床 ホテル&リゾート	15
稚内	10月20日（火）10：30～13：30	稚内総合文化センター 小ホール	22
千歳	11月4日（水）10：00～13：00	新千歳空港国内線ターミナルビル	20
函館	11月5日（木）13：00～16：00	函館アリーナ	25
		合計	82

2. ホスピタリティ向上

(1) 小学生向け「おもてなし」啓発活動

目的：観光に関わる仕事の体験を通じて、観光による「おもてなし」の重要性を体感してもらう

道内の小学生（高学年）を対象に観光施設等で職業体験の実施（※道南、道東）

- ・道東地区：日時：10月10日 ・場所：音更町十勝川温泉  
参加者：十勝管内の小学生（十勝川温泉でお仕事体験！ホテルのお仕事を学ぼう！）
- ・道南地区：日時：10月17日 ・場所：函館市（函館市電車庫）  
参加者：函館近郊の小学生（函館市電でお仕事体験！市電のお仕事を学ぼう！）  
（※新型コロナウイルス感染拡大により、道央、道北（空港）でのお仕事体験は中止）

(2) 高校生向けおもてなし啓発活動

- ・目的：働くことへの意識が高まる高校生を対象に、「おもてなし」の機運醸成を図るため、北海道の経済や観光について学ぶ。
- ・内容：高校生オンラインセミナー「ディズニーおもてなしの神様が教えてくれたこと」
- ・日時：11月22日（日）13：30～15：00 形式：Zoomを利用したオンライン開催
- ・講師：(株)ヴィジョナリー・ジャパン 代表取締役 鎌田 洋 氏
- ・参加者：31名

(3) やさしい日本語セミナーの実施（オンライン開催）

- ・目的：来道外国人観光客をあたたくお迎えするため、外国人にも伝わりやすい「やさしい日本語」の使い方などについて学び、おもてなしの機運を醸成する。
- ・内容：「やさしい日本語」を活用したおもてなしセミナー
- ・日時：1月13日（水）13：30～15：30
- ・会場：Zoomを利用したオンライン開催
- ・講師：やさしい日本語プロデューサー「やさしい日本語研究会」吉開 章 氏
- ・参加者：38名

(4) おもてなし啓発冊子（やさしい日本語ハンドブック）の作成・配布

- ・目的：「やさしい日本語」を広く道民に普及するために冊子を作成。
- ・部数：1500部 ・配布場所：道内の観光協会、観光施設等

(5) おもてなしカレンダーの作成

- ・部数：500部、配布場所 道民（子ども）向けにプレゼント企画を実施し配布。

(6) メディア（媒体）を活用した道民向けおもてなし啓発

①新聞による啓発

テーマ：特別対談 北海道観光の新時代を創る「ユニバーサルツーリズム」

（小磯修二氏（会長）× SORA氏（絵本作家/イラストレーター）

（ウィズコロナにおける北海道観光の現状と課題、将来の「おもてなし」を担う次世代の育成、アフターコロナの北海道観光を支えるおもてなし。媒体：朝日・読売・毎日（全道33万部））

②テレビによる啓発

テレビ番組		年月日	視聴率
HTB「Biz.com北海道」	番組制作	令和2年11月29日	4.2%
HTB「イチモニ！」	取材露出	令和2年10月31日	5.3%
		令和2年12月5日	3.9%
		令和3年1月16日	5.3%
HTB「金曜ブランチ」	取材露出	令和3年1月29日	1.9%
HBC「今日ドキッ！」	取材露出	令和2年10月30日	5.4%
		令和2年11月27日	5.4%
		令和2年12月25日	6.0%
		令和3年1月25日	5.9%

③ラジオ&Facebookによる啓発

- ・FM NORTHWAVE「GOGO RADIO NORTH TRAIN」⇒ 電話出演 1月7日 1月20日（全2回）  
（出演者：北海道観光振興機構 地域支援本部 地域観光部・稲村志穂）

### 3. 食のユニバーサル対応

#### (1) ムスリム向けホームページの改修作業

WEBサイト「Welcome HOKKAIDO」において、飲食店、観光施設などの情報を修正。

(<https://welcome.visit-hokkaido.jp/>)

#### (2) ワークショップの開催

- ・目的：多様な宗教、文化、主義を持つ観光客を受け入れるための環境整備を図るために、飲食店、宿泊施設、観光ボランティア、観光関係者等が、食事の提供方法や、情報発信方法を学び、安心・安全で適切な配慮とおもてなしの心を習得する。
- ・内容：食のユニバーサル対応（ベジタリアン&ムスリム）おもてなしのススメ
- ・講師：ベジタリアンフードセラピスト 安藤 夏代 氏、函館大学 准教授 藤原 凜 氏
- ・実施場所・日時

地域	日時		人数
函館	10月19日	「ベジタリアンおもてなしのススメ」	24
小樽	11月2日		15
札幌	11月9日	第1部 14:30～15:45	15
富良野・美瑛	11月26日	「ムスリムおもてなしのススメ」	4
北海道全域	11月30日	第2部 16:00～17:00	10
白老・登別（合同・北海道全域）	2月24日		11
		合計	79

### 【評価】

#### 1. バリアフリー対応

- ・道内及び道外に居住する高齢者や障がい者、またその家族（同行者）等のニーズや嗜好のマーケティング調査を実施することで、旅行者が求める具体的なニーズを把握することができた。バリアフリー観光に特化した調査は全国でも珍しい調査であり、今後のバリアフリー観光の普及・促進にとっても有効なデータになると考えられる。
- ・ユニバーサルツーリズム戦略は、3年間の中期目標と方向性を定めることにより、北海道におけるバリアフリー観光の普及・促進の活動の指針となり、向かうべき方向性を定めることが出来た。今後は観光関係者が一丸となって、バリアフリー観光の普及・促進活動に取り組むきっかけとなる。
- ・観光商品造成では、バリアフリー観光商品確認シート（ヒアリングシート）を作成し、旅行会社等に情報提供するための掲載内容をまとめた。今後、バリアフリー観光商品を造成する際に、多方面で広く活用してもらえるとともに、商品を増やし情報を整理していくことで、高齢者や障がい者が安心・安全、かつスムーズに北海道観光を楽しむことが出来る。
- ・モニターツアーにおいては、観光商品の検証はもちろんのこと、車（ウェルキャップ車）での移動の検証、公共交通機関、観光タクシー等を利用した旅行の検証を行い、ツアー行程での課題の抽出などを行うことができた。またモニターツアーの内容を撮影し、動画を作成することにより、ビジュアルで施設のバリアフリー情報を確認することができ、事前の計画に役立てることができた。
- ・バリアフリー対応ノウハウ習得セミナーのアンケート結果によると、セミナーの満足度についてすべての会場において、「とても参考になった」、「参考になった」（100%）と評価されるなど非常に満足度の高いセミナーとなった。

#### 2. ホスピタリティ向上

- ・新聞による啓発として、朝日、読売、毎日など主要全国紙に掲載することで、全道的な波及効果が生まれた。特に、小磯会長とSORA氏（絵本作家・イラストレーター）の対談形式により、「北海道におけるおもてなしの意義」をわかりやすく伝えることができた。

- ・子供（小学生）の職業体験については、人気の高い「ホテルマン」や「電車の運転士」という職業であること、ホテルでは実際に使われている制服、函館市電では制帽や制服を着用したことで、参加者のモチベーションを上げることができた。子供の職業体験は、参加者はもちろんのこと、保護者からの反応がとても良いことから、コロナ禍においても、リアルな職業体験はニーズがあると考えられる。

### 3. 食のユニバーサル対応

- ・新型コロナウイルス感染対策として、ワークショップのオンライン化を図ることにより、多くの関係者が参加することができた。
- ・ムスリムとベジタリアンは、それぞれが考え方の違う内容で間違った理解を与えてしまう恐れがあるため、ワークショップは2部制に分けて開催。正確な基礎知識を踏まえたワークショップを開催することができた。
- ・オンラインで開催したセミナー内容を「Welcome HOKKAIDO」をYouTubeで公開することにより、ムスリム・ベジタリアンの知識を広く普及することができた。

#### 【課題】

### 1. バリアフリー対応

- ・新型コロナウイルス感染の観点から、事前の情報発信が重要なことから、バリアフリー情報に関して、出来るだけ正確な現地情報入手できるように、ホームページの内容充実や、動画を使ってのバリアフリー情報の発信が必要。ホームページ自体が認知されていないため、観光商品開発時に作成したヒアリングシートなどを活用し、どのように情報発信していくかということ共有していくことも大事と考える。
- ・バリアフリー観光の知識向上、人材育成を推進するためには時間を要するため、単年度で終わることなく、継続的なセミナーや研修会の実施が必要。

### 2. ホスピタリティ向上

- ・本事業では、小学生を対象に職業体験を実施したが、地元の魅力を知り・伝え方を習得する授業の実施、観光学科を持つ高校・専門学校、大学などと連携した取り組み等を実施する必要がある。

### 3. 食のユニバーサル対応

- ・WEBサイトのリニューアルでは、新型コロナウイルスの感染拡大の影響もあって、閉店や事業規模の縮小、店舗の移転、閉鎖など厳しい状況にある。来年度以降も、全ての施設の確認作業が求められる。
- ・ワークショップの開催は、現状、観光客が少なく、観光施設や飲食店舗の自粛要請に伴って、受講者が少なかった。受講者からのアンケート結果によると、ベジタリアン、ムスリムともに参考になったという回答が9割以上あった。アフターコロナにおいても、食に制限を持っている観光客の受入体制整備は重要になると考え、今後も食のユニバーサルに関する知識の共有は重要と考える。

令和2年度事業実績報告書

整理番号	20003	事業名	観光人材育成事業	担当部	地域観光部
				担当者	沼沢 幸江

【事業の概要】

観光関連事業者の従業員等の人材育成を図ることで、インバウンドの受入体制を整備する。

1. 通訳案内士等育成

通訳案内士及び通訳案内士資格取得希望者を対象にeラーニング等を活用し技能向上のための実践的な研修を実施する。

2. 観光関係事業従事者向け研修

小売店・飲食店、宿泊施設、観光案内所、交通機関及びアウトドア事業従事者を対象に、職種に特化した外国人対応研修を実施する。

3. 現場対応者向け研修

地域の観光協会や観光施設の職員等を対象に、基礎的な外国人対応研修を実施する。

【事業実施内容】

1. 通訳案内士等育成研修

(1) 各種研修会

① 期 間 令和2年7月28日～12月10日

② 言 語 英語、中国語、韓国語

③ 概 要 スキルアップコース（有資格者）及びチャレンジコース（資格取得希望者）の通常・オンライン研修及びeラーニング

④ 実施回数 スキルアップ研修：3言語全10回（30回）、チャレンジ研修：3言語全10回（30回）

⑤ 参加人数 221名

研修会名	英語	中国語	韓国語	計
スキルアップ（通常・オンライン）研修会	27	3	-	30
チャレンジ（通常・オンライン）研修会	13	7	2	22
スキルアップ（eラーニング）	71	14	4	89
チャレンジ（eラーニング）	59	15	6	80
計	170	39	12	221

(2) 模擬バスツアー

① 令和2年10月4日 第1回 ニセコトレッキングコース 17名参加

② 令和2年10月25日 第2回 美瑛サイクリングコース 18名参加

(3) マッチング事業

マッチング商談会 令和3年2月10日 10:00～12:00、13:00～15:00 企業13社、通訳案内士26名参加

2. 観光関係事業従事者インバウンド対応研修 区分（開催場所・実施日・受講者数）

(1) 交通事業従事者向け（タクシー：札幌市・令和2年11月19日・26名、旭川市・令和3年1月21日・15名）

（バス：札幌市・令和2年12月3日・9名）

(2) 小売店等従業員向け（函館市・令和2年12月10日・14名）

(3) 宿泊事業者向け（音更町・令和2年12月14日・12名）

(4) 観光案内所職員向け（網走市・令和2年12月21日・23名）

(5) アウトドア関連事業者向け（釧路市・令和3年2月19日・9名）

3. 現場対応者向け外国人観光客受入研修

(1) 主催（開催場所・実施日・受講者数）

① 後志観光連盟（倶知安町・令和2年11月9日・14名）

② 渡島総合振興局（函館市・令和2年11月30日・一部11名、二部12名）

③ 中標津町（中標津町・令和3年1月26日・10名）

- ④ 檜山振興局（江差町・令和3年2月4日・15名）
- ⑤ 美唄市（美唄市・令和3年2月12日・7名）
- ⑥ 十勝観光連盟及び砂川観光協会・砂川インバウンド受入協議会  
（※帯広市及び砂川市・新型コロナウイルス感染拡大状況により中止。事前に収録した講話の内容等をURL付与し各人による研修として振替）

## (2) 内 容

- ① 簡単な外国語会話や基礎的対応力向上のための基礎的実践研修
- ② 外国の文化や風習、宗教、嗜好などに配慮したホスピタリティ（接遇）研修
- ③ 各国の社会情勢や文化等の基本的情報提供を行う新たな市場対応研修
- ④ 災害や感染症発生時の外国人観光客への対応方法についての研修
- ⑤ アドベンチャートラベルに関する現場での対応についての研修

## 【評 価】

### 1. 通訳案内士等育成研修

- ・ 受講者総数は対前年比 8%減であったが、通常研修をオンラインでの受講も可能としたこともあり、スキルアップ研修受講者の通常研修は昨年度より 66%増加した。また、スキルアップ研修の受講者は、昨年より 4%減少であったが、その受講者のうち研修修了対象者数は、昨年より 5%増加した。
- ・ 模擬バスツアー研修は、新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、例年のほぼ半分に参加定員としたとはいえ、参加希望者は多く、通訳案内士の資格はないが、勉強（実践）の場として参加を希望するチャレンジ研修受講者の参加希望もあった。実際のツアーを想定した、具体的かつ場面ごとの詳細な動きの訓練と知識習得に寄与したと考える。
- ・ 今年のマッチング商談会は、オンラインマッチングイベントで開催。参加企業として、昨年は北海道内企業のみであったが、今年は新たに道外企業の参加（3社）があり、今後のイベント造成等に必要となる通訳案内士の業としての可能性となる。

### 2. 観光関係事業者インバウンド対応研修

- ・ 外国人観光客の対応について、各観光関係業種（交通関係（タクシー、バス）、小売・飲食店等、宿泊事業者、観光案内所、アウトドア関連）の従業員向けに、専門的な講師を招き、業種ごとの特性に沿った形で研修を実施したことにより、外国人対応に苦慮している観光関係事業者などへ寄与できたと考える。
- ・ 業種ごとに事前のヒアリングで、希望とする対象市場や内容に合わせたことで、地域での現状や課題、ニーズに合わせた内容で研修を行うことができた。またリモートで、台湾の現地の講師とつなぐことで、新型コロナウイルス感染症への対応等に関し、現地の状況をリアルタイムで知ることができた。
- ・ 資料や研修の動画を後日でも見ることで（学習）ができるような、ランディングページを構築したことにより、アフターコロナに向けた体制を整備することが出来た。

### 3. 現場対応者向け外国人観光客受入研修

- ・ 予め、基礎的実践、接遇（ホスピタリティ）、新市場対応、災害時、感染症等発生時の初動対応など、研修内容の項目を地域ごとに選択してもらい開催。実施主体団体ごとに、テーマと最終的なターゲットを設定。AT（アドベンチャートラベル）など、時勢に合わせた内容を取り入れた部分もあり、地域の要望に沿う形で実施出来たと考える。
- ・ 講話・講義はオンラインを主体とし、多岐に渡るテーマ別講師の組合せで行うことができた。別の地域で事前に撮り終えている講師の講話を、他地域でも見ることで有効活用ができた。

## 【課題】

### 1. 通訳案内士等育成研修

- ・ 2年前の法改正により、通訳案内士の資格がなくても有償で案内ができるようになったことから、既存の通訳案内士及び新規参入者も含め、ガイドの質の維持・向上を目指し研修を実施する必要がある。ガイドディングにおける一定の水準を維持するため、外国語ガイド全般としての育成が求められる。
- ・ 模擬バスツアー研修を含めた現場現地研修を多く取り入れ、より実践的に学び体感できる場の提供が多く必要と考える。
- ・ 業務を希望する通訳案内士と、高度な知識を持つ通訳案内士を求める企業との新たな業務連携の可能性のためにも、新たにマッチングが出来る体制整備が必要。

### 2. 観光関係事業従事者インバウンド対応研修

- ・ 受入体制整備の観点から、歴史・文化施設等の施設で、観光というおもてなしの意識醸成も重要であり、おもてなしやインバウンド対応の人材育成も必要。
- ・ 観光関係従事者としてのインバウンド対応能力習得の必要性を伝えることも重要。
- ・ 業種分野によっては、レベルの設定も考慮し、外国人観光客の多様なニーズに応えるべきと考える。

### 3. 現場対応者向け外国人観光客受入研修

- ・ 今後のインバウンド観光客は、「自然・風景」、「食」、「体験」、「買物」といった目的を前提としながらも、必ずコロナに対する「安全、安心、清潔さ」を求めて来るため、それらを習得する内容で研修会を実施ことで、参加の動機を高めることになる。
- ・ 道内は、都市部、農村部、海岸部、山間部、離島など、その特徴の違いが大きいため、地域での関心が平均的に高い北海道全体の共有テーマと、それぞれの地域固有で具体的に関心の高いテーマとを組み合わせることにより、研修への参加誘引へとつながると考えられる。

地域におけるインバウンド対応の観光人材育成、受入体制整備は、行動変容を求められる今の環境下において、前向きな独自の観光素材の発掘・磨き上げ作業や、おもてなしの実践等により、外国人観光客に対し、「安心・安全」を伴う形で提示できるよう、学びを進化させ継続することが必要である。

令和2年度事業実績報告書

整理番号	20004	事業名	温泉ツーリズム推進事業	担当部	地域観光部
				担当者	赤渕 麻美
<p><b>【事業の概要】</b> 道内に点在する温泉の歴史、泉質、効能などのデータベース化を図り、来道する観光客への利便性と満足度の向上を図る。</p>					
<p><b>【事業実施内容及び事業の現状】</b></p> <p>1. 温泉地のデータベース構築</p> <p>(1) 道内に点在する温泉地の調査によりデータベースを構築。来道する観光客などが活用するツールとして、情報発信媒体（WEB ページ）を作成。（令和3年3月上旬よりWEBサイトで公開）</p> <p>(2) 調査内容</p> <p>①基本情報 所在地、温泉の名称、連絡先、H.P.、泉質、効能、露天風呂、宿泊（日帰り）、アクセス、多言語表記の有無、歴史（開湯）など</p> <p>②その他 湯治が出来る温泉、美肌効果のある温泉、飲泉が可能な温泉、飲食・化粧品など健康増進を目的とした活用事例（加工品）、絶景が見られる温泉、温泉に付随するトピックス（サウナ「サ道」）など</p> <p>(3) 調査期間 令和2年9月～令和3年1月</p> <p>(4) 調査結果 温泉地246ヶ所すべてに調査を申し入れたが、コロナ禍の影響で休業や廃業、GoToキャンペーン等で業務多忙の理由などにより、調査できた174ヶ所（298施設）についてデータベースを構築した。</p> <p>2. 情報発信ツール（WEB ページ）の整備（作成）</p> <p>(1) 温泉情報の検索・ソート機能整備 温泉地データベースの検索条件を「空港エリア」、「泉質」、「フリーワード」で設定。 温泉地については概略情報、泉質、アクセス、温泉施設一覧を表示し、施設情報については当該施設の営業情報、泉質、GoogleMapを表示。</p> <p>(2) モデルコースの作成 道内9空港を発着とした2泊3日のモデルコースを提示。地域ごとにテーマを設定し、温泉巡りプラス旅行者の趣味嗜好で楽しめる充実した温泉旅への興味喚起を狙う。</p> <p>①函館＝夜景と歴史と温泉旅                      ②新千歳＝アイヌ文化と絶景温泉旅 ③帯広＝スイーツとグルメと温泉旅            ④釧路＝野鳥と自然体験と温泉旅 ⑤中標津＝カメラと秘境と温泉旅            ⑥旭川＝花と山々と温泉旅 ⑦女満別＝カルデラ湖と温泉巡り旅          ⑧紋別＝オホーツク花回遊と温泉旅 ⑨稚内＝北のてっぺんと湯治旅</p> <p>(3) 温泉にまつわるコラムの掲載 泉質に関するコラム1本、サウナや絶景の露天風呂等、北海道の温泉の魅力を伝えるコラム6本の計7本を掲載。また、温泉ソムリエ等による座談会の内容も掲載し、読み物としても楽しめるWEBページの作成を行った。</p>					
<p><b>【評 価】</b> コロナ禍の影響で休業・廃業する温泉施設も多く取材が難航する中、業務実施期間内にデータベースの構築を図り、情報発信ツール（WEB ページ）の整備を完了させることができた。 温泉地の検索条件を「エリア」のみではなく、「泉質」からも検索可能としたことで、様々な角度から温泉地への関心に応えることができた。道内の主要空港を起終点としたモデルルートの提案により、道外からの観光客等が温泉を軸に周遊を楽しむ旅のプランニングに役立つものとする。</p>					
<p><b>【課 題】</b> 本事業は単年度事業のため、温泉施設の情報更新作業や、多言語化等が今後の課題。 北海道の温泉地の知名度向上に向け、他の関連サイトなどと連携を図りながら情報発信を継続していく必要があると考える。</p>					



令和2年度事業実績報告書

整理番号	20005	事業名	地域の魅力を活かした観光地づくり推進事業 (ソフト事業・ハード事業)	担当部	地域観光部
				担当者	竹内 恒之 赤渕 麻美 稲村 志穂

【事業の概要】

(ソフト事業) 複数の市町村を含む広域的な連携による地域連携事業の実施に対する支援  
 ・助成額：地域単独 200 万円、広域連携 400 万円（それぞれ対象経費の 1/2 以内）  
 ・顕著な成果を上げた取組に対し、一定の評価を加え表彰を行う。  
 (観光地整備事業) 観光振興の促進を目的に実施する受入体制整備等の事業に対して支援  
 ・助成額：最大 50 万円（地元 2 分の 1 現金負担）

【事業実施内容及び事業の現状】

1. 地域の魅力を活かした観光地づくりに取り組む広域連携事業、地域単独事業への負担金支援（ソフト事業）

(1) 実施期間：令和2年6月～令和3年3月

(2) 支援概要：採択事業 計 68 事業（負担金支給予定額 103,950 千円）

①**モデル振興局 9 振興局**（空知、石狩、日高、渡島、上川、留萌、オホーツク、十勝、根室）

**提案 48 事業のうち 47 事業を採択**

空知 3 事業、石狩 5 事業、日高 3 事業、渡島 7 事業、上川 12 事業、留萌 1 事業、  
オホーツク 6 事業、十勝 6 事業、根室 4 事業

②**上記以外 5 振興局**（後志、胆振、檜山、宗谷、釧路）

**提案 22 事業のうち 21 事業を採択**

後志 8 事業、胆振 5 事業、檜山 0 事業、宗谷 1 事業、釧路 7 事業

※5 事業辞退 合計 63 事業（令和3年3月現在）

(3) 事業進捗確認及び職員派遣による側面支援実施

(4) 外部アドバイザー（メディア関係者、旅行会社社員、学識経験者、コンサルタント等）の派遣

(5) 視察・検証事業

※道内7空港の一括運営（民営化）に伴い、空港関係者や専門家が現地視察を行い、現状の課題を認識し、地域関係者と今後の取組について意見交換。（新千歳空港エリアを除く6空港周辺で実施。）

①9月2日～4日

釧路空港エリア（美幌町・屈斜路カルデラ外輪山トレイルルート整備事業、弟子屈町・新しい湯治のススメ・川湯温泉ブランド化事業、釧路市・釧路グルメ食べ歩きフェス事業、鶴居村・摩周鶴居台湾友好観光推進事業）

②9月30日～10月2日

女満別空港エリア（北見市・オホーツクスイーツでつくる観光商品造成事業、網走市・オホーツク網走）アドベンチャートラベルコンテンツ事業、斜里町・鮭、日本一のまち観光資源化事業）

③10月15日～17日

函館空港エリア（鹿部町・DASHI TOURISM 推進事業、七飯町・七飯町アドベンチャートラベル推進事業、函館市・函館スイーツを活用した着地商品プロジェクト事業）

④10月28日～30日

旭川空港エリア（幌加内町・道の駅を拠点とした蕎麦フードツーリズム推進事業、朱鞠内湖中長期滞在推進事業、美深町・アウトドア最後の「未開の地」道北における二次交通整備事業）

⑤1月20日～22日

帯広空港エリア（帯広市・とがちの冬の新たなコンテンツ開発事業、芽室町・一年中めむろを自転車

で楽しむ仕組みづくり事業)

⑥2月18日～19日

稚内空港エリア(幌延町・豊富町 観光促進事業)

※メディア関係者などに現地を視察いただき、観光素材の情報発信方法などについて意見交換を行った。

①10月7日～9日

オホーツク・根室エリア(斜里町、羅臼町、標津町)

②2月9日～11日

釧路・十勝エリア(鶴居村、弟子屈町、釧路市、音更町、鹿追町、帯広市)

(6) 追加予算(ウイズコロナ対策事業1次・2次)

支援概要:採択事業 計22事業(負担金支給予定額 49,066千円)

提案22事業のうち22事業を採択

石狩3事業、空知1、後志5、上川5、十勝3、釧路3、オホーツク2

※1事業辞退 合計21事業(令和3年3月現在)

(7) 成果報告会の実施 63事業(新型コロナウイルス感染拡大防止のため、リアルによる開催を見送り。)

1次審査会(3月5日 書面審査):顕著な成績を収めた上位11事業を選出。

2次審査会(3月12日 ZOOMによる公開)1次審査を通過した、11事業の担当者からプレゼンを行っていただき、上位3事業を選出予定。

(8) 精算・実績報告の受付(～令和3年3月10日まで)

2. 地域の観光振興促進を目的に実施する受入体制整備等の事業支援(観光地整備事業)

【事業実施内容】

・合計採択数 19件 ※新型コロナウイルス感染症の拡大防止のため中止

≪内 訳≫

(1) 観光関係者などの資質向上のためのホスピタリティ研修会等の実施開催事業(6件)

外国語でのおもてなし研修、地域ガイド等育成研修、観光素材を活用した研修等の実施。

(2) 地域の観光資源を広く紹介する案内板等の設置(4件)

地域が必要とする外国語(英語ほか)を併記した観光案内看板の作成・設置。

(3) 観光地における北海道らしい花木の植栽や観光地の美化活動等事業(1件)

観光客が訪れる駅前や公園の植栽など、観光地の美化の実施。

(4) 広域的な観光ルート開発等の観光地受入整備に寄与すると認められる事業(0件)

新たな観光素材を活用した、テーマ観光ルート開発のためのモニターツアー等の実施。

(5) 外国人観光客受入情報発信事業(4件)

英語、中国語など、地域が必要とする外国語ウェブサイトや観光資料整備等の実施。

(6) 観光地の受入整備に寄与すると認められる事業(4件)

観光素材を利活用した新たな観光ルート開発等の実施。

【評価】

1. 地域の魅力を活かした観光地づくりに取り組む事業(ソフト事業)

高く評価できる取り組みは、以下の4事業

(1) 斜里町水産振興会「鮭、日本一のまち観光資源化事業」(地域単独事業)

(2) (一社) 岩見沢市観光協会「そらちワーケーション・テレワーク推進プロジェクト2020」(広域連携事業)

(3) 芽室町サイクルツーリズム協議会「一年中めむろを自転車で楽しむ仕組みづくり」(地域単独事業)

(4) (一社) 網走市観光協会「オホーツク網走アドベンチャートラベルコンテンツ造成事業」(広域連携事業)

## 2. 地域の観光振興促進を目的に実施する受入体制整備等の事業支援（観光地整備事業）

地域が要望する観光客受入体制整備のための各種の取り組みを支援することで、課題の解決が図られ効果的であったと考えられる。以下、各区分における代表的な評価を記載。

- (1) 来釧する外国人観光客に接する関係者のホスピタリティ向上として「外国人に伝わるやさしい日本語セミナー」を開催。コロナ禍にあり、外国人の入込が期待できない状況化において、ホスピタリティの向上にとどまらず、多文化共生社会、災害時の外国人居住者のサポートなど幅広い視点で受講することが出来た。〈釧路商工会議所〉
- (2) 深川市を含む周辺地域でも多くの外国人観光客が来客するようになっており、外国人観光客の利便性を図り、外国人観光客がスムーズに深川市及びその周辺を理解、認識してもらえるよう、「まあぶオートキャンプ場」の案内看板の設置、マップを作製したことにより、新型コロナウイルスが落ち着いた際には、更なる誘致に期待ができる。〈深川市〉
- (3) 新規ホテル開業により新たな事業者と地域住民連携、並びに北の峰地区宿泊施設関係者および体験事業者参加による道路花壇整備の実施を通じて、地域連携強化と地域美化推進を図ることができた。〈ふらの観光協会〉
- (5) ウェブサイトの多言語化を整備し情報発信することにより、外国人観光客の利便性向上や地域のイメージアップと誘客が期待できるものとなった。〈知床羅臼町観光協会〉
- (6) オホーツク管内の森林を継続的な体験観光として活用できるよう地域との連携と意識向上への取り組みを実施することが出来た。森林ウォーク、写真展の開催は各観光協会の協力を得て連携強化を図ることができた。〈オホーツク観光連盟〉

### 【課題】

#### 1. 地域の魅力を活かした観光地づくりに取り組む事業

書面審査における評価委員からのコメント（抜粋）

- ・「コロナ禍だからできない」というのは理由にならず、対応策を考えていく必要がある。コロナがいつ収束するかは不透明だが、今後に備えるための時期と考え受入体制整備などを行って欲しい。
- ・女性目線、ファミリー層の目線、高齢者の目線など、ターゲットとする人たちの目線を大切にしながら観光地づくりを推進すべき。
- ・次年度もコロナが続くと思うが、北海道として目指す方向性を各地域に落とし込み、5年後、10年後を見据えた観光地づくりに期待する。
- ・地域のリソースをどう活用するか、地域をどう巻き込んでいくかのプロセス、将来的な商品化というアウトカムを意識することが重要。

#### 2. 地域の観光振興促進を目的に実施する受入体制整備等の事業支援（観光地整備事業）

- ・当該事業の実施による効果測定に時間が要するため、検証が難しいことが課題。

令和2年度事業 実績報告書

整理番号	20007	事業名	インバウンド対応ビジネスモデル形成事業	担当部	地域観光部
				担当者	三浦 晶代

【事業の概要】

札幌を中心とする道央圏に偏重する外国人観光客による経済効果を全道に波及させ、地域格差と繁閑期の格差の縮小を図り、外国人観光客の満足度を高める観光ルートを形成するため、「稼ぐ観光」に資する地域コンサルティングによる外国人観光客の受入体制に関する課題解決を図り、複数の地域が連携して取り組む観光地づくりを支援する。

【事業実施内容及び事業の現状】

1. インバウンド対応観光ルート創出事業

(1) 受入体制構築事業（4エリア13地域）

地域の課題に応じて、「稼ぐ観光」に資する「地域コンサルティング」による受入体制整備事業を展開。

【道北・道央エリア】

- ① 北宗谷広域観光推進協議会（稚内市・猿払村・豊富町・利尻町・利尻富士町・礼文町）  
海外旅行会社アンケート調査。人材育成セミナー開催。施設や飲食店メニューの多言語表記。
- ② るもい地域インバウンド対策会議（留萌市・増毛町・羽幌町・天塩町・遠別町・初山別村・苫前町・小平町）  
海外旅行会社アンケート調査。販売手法、商品造成に関するワークショップ開催。WEBサイト整備。PR写真撮影。プロモーション手法に関するセミナー開催。
- ③ 北海道ひまわり夕陽ロード形成事業推進協議会（石狩市・留萌市・増毛町・北竜町）  
海外旅行会社、台湾一般旅行者アンケート調査。FAMトリップ。受入れセミナー。飲食店多言語表記。

【道央・日高・十勝エリア】

- ① 北十勝4町広域観光振興連絡協議会（音更町・士幌町・上士幌町・鹿追町）  
海外旅行会社アンケート調査。コンテンツ開発、旅行商品開発検討会。WEB、SNS戦略の構築と情報発信。
- ② 胆振インバウンド6次観光周遊ルート創出協議会（豊浦町・壮瞥町・登別市・白老町・室蘭市・洞爺湖町・伊達市・苫小牧市・安平町・厚真町・むかわ町）  
海外旅行会社アンケート調査。観光コンテンツ需要調査。外国人接客研修。飲食店多言語表記。滞在型プログラム開発。観光Maas関連セミナー開催。
- ③ 鶴川・沙流川DMO（むかわ町・日高町・平取町）  
海外旅行会社アンケート調査。パンフレット作成。FAMトリップ。情報発信関連セミナー開催。

【道南エリア】

- ① 新幹線木古内駅活用促進協議会（木古内町・知内町・福島町・松前町・上ノ国町・江差町・厚沢部町・乙部町・奥尻町）  
WEBサイト再構築。WEBプロモーション。SNSによる情報発信。バス停表記案内整備。
- ② 環駒ヶ岳広域観光協議会（七飯町・鹿部町・森町）  
旅館宿泊プラン開発。新規コンテンツ開発。FAMトリップ（2月上旬実施予定）は中止、代替えとして情報発信（ラーチャーゴー記事掲載）に変更。
- ③ 松前・上ノ国・江差3町広域観光推進協議会（松前町・上ノ国町・江差町）  
コンテンツ・ルート開発。レンタカープラン強化。FAMトリップ。情報発信。
- ④ 北海道新幹線新駅沿線協議会（函館市・北斗市・七飯町・鹿部町・森町）  
縄文遺跡を活用した観光ルートの検証。WEBサイト更新。FAMトリップ。情報発信。

【道央エリア】

- ① 千歳・恵庭・北広島広域観光推進協議会（千歳市・恵庭市・北広島市）  
WEBサイト更新。FAMトリップ。海外旅行会社へのリモートセールス調査。飲食店多言語表記。
- ② 東空知観光周遊ルート推進協議会（芦別市・赤平市・滝川市・砂川市・歌志内市）  
事業者ごとにヒアリングし、個別ソリューションを提供。電子パンフレット作成。タリフ作成。海外旅

行会社へ営業ツール配布。協議会自走化に向けたワークショップ開催。

- ③ 小樽・北後志広域インバウンド推進協議会（小樽市・積丹町・古平町・余市町・仁木町・赤井川村）おもてなしセミナー（オンライン）。インバウンド観光客向け酒ツーリズム調査。観光コンテンツ多言語化。

(2) WEB管理事業（13 地域全体）

観光機構公式Web サイト「Goodday Hokkaido」にサブドメインを設定し、コンテンツを設置したWeb サイト「Countryside ofHokkaido」（6 言語）について継続的に管理・運営を行い、全13 地域のコンテンツについて情報発信するとともに、問合せフォームに対する回答等を実施。11 月以降、新たに13 の掲載コンテンツを追加。12 月以降、海外メディアのメルマガ等によるサイトへの誘導を図ったが、閲覧数は増加したものの、問合せはほとんどなく低調な結果となった。

**【評 価】**

コロナ禍において、地域の課題に応じたインバウンドの受入体制整備を推進した。1 月上旬からの首都圏等の緊急事態宣言の発出により、東京在住のインフルエンサーの招聘（FAMトリップ）を中止したが、その他の内容については、概ね事業計画どおりに実施できた。

海外旅行会社へのオンラインによる関心度や商品化の意向を確認するアンケート調査により、旅行会社のニーズの把握ができ、一般旅行者へのアンケート調査やSNS の反応により、ターゲット国のニーズを把握した。飲食店のメニュー等の多言語化を進める事業においては、新型コロナウイルス感染拡大が長期化したため、事業者の関心も低下し、予定した事業者数に満たない地域が多かったが、多言語のパンフレット作成や既存のWeb サイトの改修など、インバウンド観光客が復活した際の受入体制整備を進めることもできた。

FAMトリップは、日本在住の外国人や日本人の観光ガイド等による検証を実施したが、アンケート調査やSNS 発信、地域へのアドバイスなどにおいて成果を残した。

一方、昨年度の当事業で新たに設置したWeb サイト「Countryside of Hokkaido」の運営を継続し、コンテンツの紹介とその内容への問合せ対応を行ったが、コロナ禍で実際の来道が叶わないことから、問合せがほとんどなく、低調な結果となった。

本事業は、国の地方創生推進交付金を活用した5 ヵ年計画の最終年度であったが、コロナ禍において、地域の課題に応じたインバウンド観光客の受入体制整備をできる限り実施し、各協議会において十分な成果を残すことができたと考える。

**【課 題】**

本事業は今年度で最終年度となり、来年度以降は各協議会において自走化が求められる。これまで地域（自治体）の金銭的な負担が無く事業を実施してきたが、コロナ禍もあり地域の協議会として新たにインバウンド対応事業に対し、予算を捻出するのが難しいのが現状で、本事業の終了をもって解散となる地域もある。

一方、次のステップとして、広域観光周遊促進事業や、観光庁のインバウンド対応事業への参画を希望する自治体等もある。地方創生におけるインバウンドの取り込みは重要な施策の一つであることから、当機構としても、今後も地域支援事業などにより、地域が主体となった観光地づくりへの支援を行っていくことが肝要である。

令和2年度事業実績報告書

整理番号	20008	事業名	広域観光周遊促進事業	担当部	広域観光部/AT 推進本部
				担当者	武内・二村・小室・上田

【事業の概要】

外国人観光客をターゲットに、観光地を周遊するための二次交通の利便性向上や地方空港の認知度向上を図り、合わせて地域の魅力ある観光地づくりを進め、外国人旅行者の地域偏在の解消を図る。

【事業実施内容及び事業の現状、今後の予定】

1. 新たな地域の魅力を創出するインバウンド推進開発事業

(1) 宗谷地域部会：宗谷地域における滞在型旅行商品造成事業

実施内容

- ① 2回のワークショップと外国人専門家による地域の受入体制レベルアップ講習会の開催。
- ② 9月：海外（欧米）メディア1名招請。（日本在住のイギリス人ジャーナリスト）
- ③ 10月：台湾人サイクリスト1名の招請。（道内在住の台湾人サイクリスト）
- ④ 2月：海外旅行会社日本支社及びランドオペレーター4名招請。（道内在住の香港人及び日本人）
- ⑤ 2回のワークショップ及び受入体制レベルアップ研修会を経た観光コンテンツの磨き上げと商品造成。
- ⑥ 受入環境整備のためのツール作成（QRコード52カ所の設置）

(2) 上川（きた）地域部会：スポーツアクティビティを核とした旅行商品造成事業

実施内容

- ① 秋季におけるサイクリングを含む旅行商品造成にむけて国内在住外国人3名によるFAMと、観光関係者、観光協会、自治体など地域の関係者を広く集め3回のワークショップ（専門家との意見交換会等）を実施し、サイクリングリーフレットも制作。
- ② 上川北部の上質な雪質を活かし、スノーアクティビティを含む2泊3日と3泊4日の旅行商品造成にむけ、オーストラリア人専門家等によるFAMを予定していたが新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け中止。  
但し、観光関係者、観光協会、自治体など地域の関係者を広く集め、3回のワークショップ（ZOOM開催2回含む）は計画通り実施。

(3) 空知地域部会：空知地域の観光資源を活用したインバウンド誘致推進事業

実施内容

- ① ワークショップおよび着地型旅行商品造成に係る研修会の実施。
- ② 2回のワークショップ実施及びタクシー観光プランの造成。
- ③ 体験プログラムパンフレット制作。
- ④ 10月：香港メディア2名の招請（Japan Walker（旧香港角川）・Japan Collectの日本在住ライター兼カメラマン）及び情報発信。（雑誌特集・SNS発信）
- ⑤ プログラム制作、案内整備、パンフレット・ポスター制作、スイーツ作り体験プログラム制作等の受入環境整備。
- ⑥ 動画放映、ポスターパンフレット等のツールを活用したプロモーションの実施。
- ⑦ 台湾のランドオペレーター招請事業（日本在住）を予定していたが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け中止。商品造成についてはWS内等にて専門家の意見も伺いながら造成。

(4) 石狩地域部会：石狩地域地域受入体制整備・情報発信事業

実施内容

- ① 3回の検討会を実施。
- ② 外国人旅行者向けサイト「LIVE JAPAN」、「MATCHA」を活用した情報発信。
- ③ 2回のモニターツアー（9月と1月）の実施。（道内在住の外国人：欧米豪・アジア12名×2回）

(5) 上川（ひがし）地域部会：大雪・十勝岳連峰の旅行商品検証事業

実施内容

- ① グリーンシーズン前的大雪山・十勝岳連峰を核とした旅行商品造成に向けた講演を含むワークショップ3回と本格的な大雪山縦走を目的とするFAMツアー1回実施。
- ② 紅葉を楽しめる秋の大雪山・十勝岳連峰エリアのフィールドを活かし、上質な食をはじめ、アイヌ文化や日本文化に触れ、上川地域をより深く知り体感できる旅行商品造成を目指しワークショップ2回（ZOOM開催1回含む）と、FAMツアー1回実施。

(6) 十勝地域部会：十勝エリア観光コンテンツ改善のための周遊パスチケット試験販売事業

実施内容

新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、地域の合意をもって事業実施見送り。

(7) 釧路・根室地域部会：釧路地域における閑散期の誘客促進検証及び訪日外国人誘客受入環境整備

実施内容

- ① テーマ別のルート造成を4本作成。
- ② モニターツアーの実施。
- ③ 「食」情報等をGoogleへ10件掲載。
- ④ 地域内の20か所でUni-voiceアプリを用いた誘客促進を実施。

(8) オホーツク地域部会：オホーツク地域の観光資源を活用したインバウンド誘致推進事業

実施内容

- ① オホーツク紋別空港エリアでの「調査型FAM」「モデルルート設定」「戦略作成」事業は新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、地域の合意をもって事業実施見送り。
- ② 女満別空港エリアでの調査型FAM、モニターツアー実施し、一般モニター、インフルエンサーに参加頂き各観光スポット、コンテンツへの評価をアンケートによって数値化し、その結果をもとに商品造成、およびインフルエンサーによる情報発信を実施。

2. 活用可能なFIT向け二次交通情報の整理と仕組化事業

実施内容

- ① 札幌、岩見沢、室蘭、稚内、留萌他道内の13か所で二次交通のオープンデータ化に関する説明会を開催。
- ② 道内50,000か所のバス停情報の多言語化（繁体字）を実施。
- ③ 事前決済を含む乗換情報を活用したインバウンド向け実証実験を旭川市で実施。

3. 「旅マエ」からの地方空港認知向上等による道内空港受入環境整備事業

(1) WEB（Good Day 北海道）

実施内容

- ① Goodday 北海道のウェブコンテンツの整備。
  - ・温泉情報 (<https://en.visit-hokkaido.jp/onsen/>)
  - ・空港を起点としたモデルコース (<https://en.visit-hokkaido.jp/tripplanner>)
  - ・空港情報 ([https://en.visit-hokkaido.jp/travel/airport\\_information](https://en.visit-hokkaido.jp/travel/airport_information))
  - ・道内移動情報 ([https://en.visit-hokkaido.jp/travel/airport\\_information](https://en.visit-hokkaido.jp/travel/airport_information))
- ② 英語、繁体字による多言語化の整備。

(2) メタサーチ

実施内容

外国人旅行者のうち多様な目的地を目指すFITが、自国にて旅行計画を立てる「旅マエ」段階から新千歳空港以外の道内空港の存在を知り、その空港の利用が道内周遊旅行に合理的であり便利であること等について、旅行検索サイト「Expedia」で「北海道特集ページ」を制作、二次交通情報などをレコメンドすることで地方空港の利用促進を図る。

### (3) AIRLINE

#### 実施内容

道内地方空港を網羅している代表的な航空3社（JAL、ANA、AIRDO）が運営する多言語サイトに、就航エリア情報および訪日外国人旅行者向け運賃の購入可能な導線を含むページを制作し、誘客促進を図る。

### 4. アドベンチャートラベル受入体制推進事業

#### 実施内容

#### ① ガイディングのための「リスクマネジメントセミナー」の開催。

実施期間：令和3年1月26日～2月8日 計5回

開催場所：旭川、函館、釧路、帯広、札幌

参加者： 通訳案内士、タウンガイド、自治体、観光事業者関係者等 合計100名

講義内容：都市型ガイディングにおけるリスクの事前準備、緊急時対応、管理者に必要なマネジメント等の解説とAEDの使用実演

#### ② アクティビティガイドのためのウィルダネス・ファーストエイド研修の実施。

実施期間：令和3年2月18日～2月26日 計4回

開催場所：旭川、釧路、帯広、札幌

参加者： アクティビティガイド、スルーガイド、ツアーオペレーター 合計135名

講義内容：山岳や河川など都市部から離れた場所で発生する事故に備えるための講座とワークショップの実施

### 【評価・課題】

#### 1. 新たな地域の魅力を創出するインバウンド推進開発事業

令和2年度は、当初道内8地域で事業を実施する予定であったが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、十勝地域が事業の実施を見送り、また、オホーツク地域でもオホーツク紋別空港エリアの事業を中止せざるを得ない状況となった。

事業を実施した地域においては、FAM等で海外ターゲット国からの招請ができなく、道内在住の外国人等を招請するなどの事業実施内容の変更を行い、概ね各地域とも観光コンテンツの造成や旅行商品造成に繋げることができた。

次年度以降については、今年度の不足点を踏まえ上で、アフターコロナでのワーケーションなどの「新たな旅のスタイル」について積極的に検証すべきである。

#### 2. 活用可能なFIT向け二次交通情報の整理と仕組化事業

事業意義を伝える説明会により、北海道オープンデータプラットフォーム参画の二次交通事業者、自治体が増加した。また、「Moovit」「ジョルダン」「Japan Transit」へ北海道オープンデータプラットフォームのデータが全面採用され、各々のアプリケーションを通して二次交通情報がインバウンドに提供された。

今後の課題としては、世界的にユーザー数が多い「Google」「百度」への採用を促進するため、より高水準なデータ収集や多言語（簡体字）を進める必要がある。

#### 3. 「旅マエ」からの地方空港認知向上等による道内空港受入環境整備事業

##### ・WEB（Good Day 北海道）

マーケティング部で事業推進していた「海外サイト再構築」事業と同時並行的に進めることで、インバウンド向け情報を適切に掲載、情報発信することが出来た。

今後の課題としては、サイト上で提案するモデルコースをより充実したものにするため、各観光地コンテンツ数を増加させる必要がある。

##### ・メタサーチ・AIRLINE

事業の交付決定が7月となり、事業開始が9月末および10月中旬となったため各事業者制作サイト公開が第4四半期になり年度内での効果測定期間が短くなった。

次年度については、コロナ収束が先決ではあるがグリーンシーズンを含めた取組が望まれる。



#### 4. アドベンチャートラベル受入体制推進事業

当事業で、世界基準の救急救命について「リスクマネジメントセミナー」を開催し理解を深め、世界基準の野外救急法についても「ウィルダネス・ファーストエイド研修」で実体験することが出来た。このことにより、アドベンチャートラベルにおいて、ガイドが果たす救命救急の重要性を、ガイドのみならず道内の関係者にも広く周知することが出来た。

今後は、世界基準のウィルダネス・ファーストエイド（WFA）資格取得のための事業に繋げていくことが重要である。

以上

令和2年度事業 実績報告書

整理番号	20009	事業名	サイクルツーリズム推進事業	担当部	地域観光部
				担当者	浮穴 享
<b>【事業の概要】</b>					
<p>地域人材の育成 ATWS の PSA、DOA（サイクリングツアー）の受入体制整備を目的としたセミナーワークショップ等の開催。及び道内への観光客を拡大させていくため、地域の受入体制の整備や満足度の高い観光地づくりを推進し、交流人口や観光消費の拡大に繋げ、地域経済の活性化を図る。</p>					
<b>【事業実施内容及び事業の現状】</b>					
<p>1. サイクル周辺拠点ルートの整備          内容：観光関係団体等から応募に対し書面審査を行った結果、32 団体に対しサイクルラックや空気入れ、工具など拠点整備に必要な備品等を配布し、道内地域拠点ルートの整備促進を図った。</p>					
<p>2. 地域人材の育成          内容：ATWS2021 の PSA、DOA（サイクリングツアー）の受入体制整備を目的としたセミナーを開催。          場所：南富良野町（11 月 16 日）、倶知安町（11 月 18 日）、釧路市（12 月 8 日）          （釧路地区は新型コロナ感染拡大のためオンラインで開催。地域ごとに抱える課題の解決に役立つようなプログラムを組み立てて実施。）</p>					
<p>3. 輸送方法の検証（モニターツアー）          内容：ATWS を考慮した 3 ルート（道東：釧路、知床・道北：東川～美瑛、道央：ニセコ）で実施。          ルート：釧路地区（釧路空港～JR 塘路駅、屈斜路湖～摩周湖～JR 摩周駅・多和平）10 月 2 日～3 日          知床地区（知床峠～知床五湖～ウトロ温泉）10 月 4 日          富良野地区（東川町旭岳～美瑛町）10 月 5 日～6 日          ニセコ地区（倶知安町～京極町～真狩村～ニセコ町）10 月 7 日</p>					
<p>4. データベースの構築          内容：北海道サイクルツーリズム（WEB ページ）情報の更新、多言語化（英語、繁体字）、観光機構 Web サイト（Goodday Hokkaido）への格納作業。（道内サイクル拠点地域のデータベース再構築（情報更新）と、多言語化を図り、スマートフォン対応により検索の利便性向上を図った。）</p>					
<b>【評 価】</b>					
<p>コロナ禍での事業実施のため、委託事業者との定例会議を定期的で開催し、進捗状況などで齟齬が生じないようにコミュニケーションを図りながら業務を遂行することが出来た。セミナーの開催、輸送方法の検証コースなど、前年度よりも多く実施することができた。          セミナー及びモニターツアーの参加者からのアンケート結果により、改めて、道内地域でのサイクリングに関係する人材育成の必要性などを把握することができた。          （業務上の反省点：セミナーを会場（リアル）とオンラインの同時で開催したが、機器の環境（音声）の不具合などが生じた。）</p>					
<b>【課 題】</b>					
<p>ATWS2021 の北海道開催をきっかけに訪日外国人客を中心に、経済波及効果の高いミドルアッパー層がサイクリングで道内を周遊することが予想される。広大な北海道においてアクセスの悪い拠点地域間の移動では、鉄道、バス、タクシーなどの公共交通機関による輸送やサポートが必要となる。          交通事業者のサイクリングへの更なる理解と、受入体制整備の重要性を認識していただくことが必要と考える。</p>					

令和2年度事業実績報告書

整理番号	20010	事業名	広域連携 DMO としての北海道インバウンド戦略立案事業	担当部	マーケティング部
				担当者	津田正夫

【事業の概要】

北海道観光振興機構のインバウンド戦略を策定するため、ビッグデータの収集・分析等を実施する。

【事業実施内容及び事業の現状】

1. データ収集・分析

(1) 機構ホームページの利用状況分析

- 事業目的：利用状況分析から国内の市場動向を把握し、各種観光施策に活用する。
- 実施概要：アクセス数やユーザー属性分析から得られた「アウトドア」「写真」の関心層に対し効果的なプロモーション手法や地域とコンテンツとのマッチング等を探るためにネットを活用した調査・分析を実施した。

① アウトドア関心層

■連携先 株式会社モンベル

▶分析手法 首都圏在住のモンベルメール会員を対象とした「北海道×アウトドア」のWebアンケート

▶分析手法 「GoodDay 北海道」内にランディングページを用いたコンテンツマーケティング

② 写真関心層

■連携先 東京カメラ部

・ 分析手法 写真家を対象としたアンケート、東京カメラ部のフォロワーターゲットングによるコンテンツマーケティング

・ 分析手法 Instagram「#ひみつの絶景北海道」実施による投稿分析、コンテンツ分析

(2) デジタルマーケティング調査-OTA と連携した市場動向調査事業

- 事業目的：アドベンチャートラベルやスペシャル・インタレスト・ツアーのニーズを深掘りし、有効なプロモーション手法や訴求チャネル・地域コンテンツとのマッチングを行い、各種観光施策に活用する。
- 実施概要：観光関心におけるパネルモニターのデジタル上の行動データを対象に、対象10か国6テーマでの興味関心の量と傾向を比較分析する。

対象国	①アメリカ(*)②カナダ③オーストラリア(*)④ニュージーランド⑤イギリス(*)⑥ドイツ⑦フランス⑧シンガポール(*)⑨マレーシア⑩フィリピン(*は分析主要国)
対象テーマ	①アドベンチャーツーリズム(*)②スキー(*)③サイクリング④マラソン⑤ガストロノミー⑥ウェルネス(*は分析主要テーマ)

③ OTA 分析 (主要4か国)

▶デジタルビッグデータの解析による基本情報・推定利用者・ユーザー層のデモグラ分析

④ 市場分析

▶認知/検討層デモグラ分析・時系列キーワード・接触チャネル比率・関心量比較・競合分析

(3) デジタルマーケティング調査事業-ミレニアル世代、英語圏・中国語圏

- 事業目的：英語圏・中国語圏ミレニアル世代の嗜好等を把握し、各種観光施策に活用する。
- 実施概要：アンケートやグループインタビューから得られたミレニアル世代の価値観や傾向を分析し、旅行・インターネットとの接点における行動実態や反応を調査分析し、誘客における情報発信・観光コンテンツ開発・受入体制整備に活かすための調査・分析を実施した。

① 英語圏

対象国	①アメリカ ②イギリス ③オーストラリア ④シンガポール
分析手法	・デスク調査・海外インターネット調査(アンケート)・Twitter解析・オンラインデプスインタビュー・オンラインセミナー・テストマーケティング(Instagram)

② 中国語圏

対象国	①中国 ②香港 ③台湾
分析手法	・デスク調査・海外インターネット調査(アンケート)・オンラインデプスインタビュー・GPS動態調査・検索ワード分析・テストマーケティング(WEBサイト/Facebook)

(4) プラットフォーム整備・データ収集

- 事業目的：各種データを継続的に収集・格納し、地域DMOが活用し易くデータを可視化する。
- 実施概要：ネット上にDMP(データ・マネジメント・プラットフォーム)を構築し、観光庁や北海道等のオープンデータや観光客の位置情報データを収集、格納した。

① 1/18(月)に「北海道の観光統計データサイト」を公開し、各種データをネット上で可視化すると共に、格納データを参考に作成した分析レポートも合わせて当サイト内で公開した。

掲載データ	掲載分析レポート
(1) 市場別情報	(1) 経済波及効果の分析
(2) 来道者数	(2) 市場分析レポート
(3) 満足度調査	(3) 位置情報を活用した分析レポート
(4) 観光経済波及効果	
(5) レンタカー利用状況	

※ アクセス数(1/18~2/28)：利用ユーザー数~1,410人、セッション数~2,435

- ② 市場分析レポートは昨年度4市場から全11市場に対象市場を拡大した。
- ③ 他事業の道内地域訪問や報告会の機会に合わせて当サイトを紹介し、道内地域DMO等の活用を促進した。

2 戦略立案

(1) インバウンド戦略の策定

- 事業目的：機構・道・外部専門家で構成する「マーケティング検討会」を設置、PDCAサイクルに取り組む体制を整えインバウンド戦略の策定を行うと共に、次年度以降の機構事業を構築する。
- 実施概要：検討会を8回開催し、戦略骨子、次年度事業計画、中期事業計画(案)を策定、事業検討部会及び観光ビジョン部会へ上申。またインバウンド戦略(11ヶ国・地域)を策定した。

- ① 戦略骨子に基づいた次期中期事業計画を策定
- ② マーケティング結果に基づいた次年度事業計画を策定
- ③ インバウンド戦略として市場分析レポートを策定
- ④ 中期計画期間の取組の方向性を整理・確認・実施するためのアクションプランを策定

(2) 地域調査

- 事業目的：道内市町村・DMO等を対象とした地域課題を把握する。
- 実施概要：観光施策の取組状況等を新型コロナウイルスの影響前後を比較する形で全25問のアンケート「道内観光関係団体の取組及び課題把握のための調査2020」及びヒアリングを実施。集計結果をマーケティング検討会へ提示し次期中期事業計画の策定の示唆とした。

(3) 地域DMOのインバウンド戦略策定支援

- 事業目的：地域DMO等に対し、アンケート結果を踏まえたヒアリングと課題解決のアドバイス、データ収集・分析、戦略策定の過程・手法に関する情報共有、及び、マーケティング思考の普及啓発を図った。
- 実施概要：支援希望地域にアドバイザーを派遣し「マーケティング意見交換会」を開催。1-2月にかけて13地域を訪問、26団体に対し、アドバイス、情報共有等を実施した。

### 3 機構サイト再構築

- 事業目的：外国人アドバイザーの意見を踏まえた多言語サイトの再構築。スマートフォン表示の最適化を行い、利便性を向上することで活用頻度の増加を図る。
- 実施概要：スマートフォン表示対応
  - ① 外国人アドバイザーの活用したブランディング戦略・サイトコンセプトの設定
  - ② 既存コンテンツを取捨選択・整理して再構成
  - ③ 個人の趣味趣向性を切り口としたライブ別の訴求
  - ④ 道内空港エリアを軸とした新コンテンツの作成

#### 【評価】

#### 1. データ収集・分析

##### (1) 機構ホームページの利用状況分析

- ページビュー数：集計期間 4月1日～2月28日。  
(対前年比の令和元年度の数値は4月1日～2月29日が対象)

	日本語	英語	繁体字	簡体字	韓国語	タイ語	総合計
R1年度	3,530,159	487,285	131,496	42,141	66,131	34,574	4,291,786
対前年比	80.1%	140.1%	116.0%	44.1%	41.8%	28.0%	83.1%

- サイトの閲覧情報
  - ① 日本語サイト  
新型コロナウイルスの流行以降、4～5月を中心にサイトの訪問者は対前年比4割（PVは対前年比6割）減少。どうみん割、GOTOトラベルが契機となり9月以降、サイト訪問者が対前年を上回る。9～2月では対前年同月比106%に回復。道内外ともに旅行・観光に対する意識が高まり、旅行控えから意欲的なものへと変化が見られ、情報を訴求することができた。
  - ② アウトドア関心層  
(ア) 株式会社モンベル会員へのWebアンケート 7,057件  
(イ) 「GoodDay北海道」内アウトドアランディングページ閲覧数 64,179PV（R3年1～2月）webアンケート、アウトドア趣味層の北海道への誘客のポテンシャル、ターゲット分析を実施し、SNS等を活用した情報発信などに反映することができた。
  - ③ 写真関心層  
(ア) 写真関心層の北海道への誘客のポテンシャル、ターゲット分析結果を活用し、キャンペーンを実施した。  
(イ) Instagramキャンペーン：実施期間R3年1月12日～2月28日、投稿数 5,021件  
(ウ) 調査結果を活用し、プロモーションを実施することで、アウトドア、写真ともに、趣味をフックとしたターゲット層、旅行傾向など今後の施策につながる示唆を得られた。

##### (2) デジタルマーケティング調査-OTAと連携した市場動向調査事業

- ① OTA分析（主要4か国）推定人数（※K：×1,000、M：×1,000,000）

	Booking.com	Agoda	Expedia	Hotels.com	SkyScanner	Tripadvisor	AirBnb
アメリカ	5.9M	756.3K	9.6M	4.9M	1.4M	23.1M	15.9M
イギリス	4.9M	288.1K	965.8K	753.0K	2.4M	7.5M	3.3M
オーストラリア	1.4M	237.9K	282.5K	146.5K	336.9K	2.1M	1.6M
シンガポール	193.4K	176.1K	67.5K	62.0K	58.8K	445.0K	106.1K

- ② 市場分析  
各設定したテーマごとのコンテンツ関心や規模を定量的に把握し、今後の施策につながる示唆を得られた。

### (3) デジタルマーケティング調査事業-ミレニアル世代、英語圏・中国語圏

- 8月に中間報告を実施したことで、令和2年度「外国語サイト再構築事業」や令和3年度の海外誘客部の戦略立案等へ調査結果を反映することができた。
- 検証結果をとりまとめた最終分析レポートにおいて、ターゲットの選定と打ち手を提示し、自治体・DMO・観光関係団体等の今後の具体的なアクションに繋がる示唆を得られた。

### (4) プラットフォーム整備・データ収集

- 当DMPを活用してデータを蓄積する基盤を構築できたことは、DMOの登録要件にある「データの継続的な収集」という観点で意義のある取組となった。
- 地域訪問や報告会での紹介、JNTOほか各種メディア10カ所以上の媒体に掲載され、広く対外的に当サイトについて周知できた。

## 2. 戦略立案

### (1) インバウンド戦略の策定

- 「マーケティング思考に基づく事業の企画・立案・実行・検証」のため、今年度初めて機構内に「マーケティング検討会」を設置し、マーケティング結果に基づいた次年度事業の企画・立案を行うことができた。
- インバウンド戦略は、昨年度のノウハウと今年度に整備した統計データサイトを活用し、11ヶ国・地域の市場分析レポートを作成し、関係部署とも共有することができた。
- 次期中期事業計画(案)とアクションプランについては検討会において十分な議論の上で策定することができた。

### (2) 地域調査

- 地域アンケートは設計段階から検討会で議論し作成、調査結果は地域ヒアリングの基礎資料として活用した。また、次期中期事業計画(案)策定に際し示唆を得ることができた。

### (3) 地域DMOのインバウンド戦略策定支援

- 地域DMO等に対するヒアリング、アドバイス、マーケティング思考の普及啓発は、オンラインよりも対面で行うことの訴求力を鑑み、三密対策に十分な配慮をしながら実施することができた。

## 3. 機構サイト再構築

- 英語サイト・繁体字サイト：11月リニューアル公開
- 外国人アドバイザーの意見を踏まえ、スマートフォンからのUIを重視したサイト設計、コンテンツ選定の結果、リニューアル後はページビュー等が対前年を上回った。コロナ禍で旅行ができず閲覧数が減少している状況の中、欧米からの閲覧数、スマートフォンからの閲覧数(英語サイト前年同月比58%→93%、繁体字サイト前年同月比前年67%→90%)が増加した。afterコロナ期における需要回復期を見据えた情報発信の強化、欧米圏の北海道の認知向上に繋がった。

## 【課題】

### 1. データ収集・分析

#### (1) 機構サイトの利用状況分析

- 日本語サイト
  - ① With コロナ期における国内旅行需要の獲得に向け、アクセス解析を基にユーザーのニーズを分析したターゲットおよびコンテンツを活用した情報発信・プロモーションを実施し、北海道の情報発信の強化を図ることが重要である。
  - ② 正確かつ詳細な旅行市場動向、ニーズ把握に向け、日本語サイトのマーケティング機能の拡充が必要であり、分析結果を次年度事業の戦略立案に反映できるよう事業の実施期間を検討し、PDCAを回せるサイクルを確立する必要がある。

## (2) デジタルマーケティング調査-OTA と連携した市場動向調査事業

- ATWSの開催および開催以降に拡大する北海道のアドベンチャートラベルおよびスペシャル・インタレスト・ツアー需要に対して、各国におけるニーズの差異を戦略に活用すべく、PDCA サイクルを廻せるサイクルを確立する必要がある。
- 諸外国の訪日旅行の再開時に、求められる旅のスタイルを見極め、アドベンチャートラベルおよびスペシャル・インタレスト・ツアーに after コロナ期に必要な要素を組み込んだデジタルプロモーションや観光資源開発、受入環境整備を行っていく必要があり、それらの打ち手に繋がるマーケティング調査は引き続き実施していく必要がある。

## (3) デジタルマーケティング調査事業-ミレニアル世代、英語圏・中国語圏

- 分析結果を次年度事業の戦略立案に反映できるよう事業の実施期間を検討し、PDCA を回せるサイクルを確立する必要がある。
- 新型コロナウイルス感染症の影響により、当面インバウンドの需要が見込めない状況であると想定されるが、訪日旅行の再開時に向け、全国的にも旅行者獲得の競争は激化している。北海道が destinations として選択されるよう、デジタルプロモーションや観光資源開発、受入環境整備を着々と進める必要があり、それらの打ち手に繋がるマーケティング調査は引き続き実施していく必要がある。
- 地域のみリモート開催としたが、意思疎通において充分とは言えなかった。コロナ禍での対面会議の対応方法の検討、並びにリモート会議の実施方法についても検討する必要がある。

## (4) プラットフォーム整備・データ収集

- 掲載データは道内全般のデータがメインとなっているため、今後、より道内自治体・DMO・観光関係団体等地域の利用を促進していく上では、地域単位のデータを格納する等検討が必要である。

## 2 戦略立案

### (1) インバウンド戦略の策定

- 「マーケティング思考に基づく事業の企画・立案・実行・検証」のために検討会を設置したが、この思考が機構内にあまねく浸透したとは言い難いため、今後も継続する必要がある。

### (2) 地域調査

- 地域アンケートは記名式としたことから回収率が低かったことを踏まえ、今後の調査方法に改善の必要がある。

### (3) 地域 DMO のインバウンド戦略策定支援

- 東京都からの参加者もあり、緊急事態宣言の推移を睨みながら 1-2 月に開催したが、豪雪の影響による予定変更を余儀なくされた。今後の実施時期に検討の余地がある。また、先方の希望により 1 地域のみリモート開催としたが、意思疎通において充分とは言えなかった。コロナ禍での対面会議の対応方法の検討、並びにリモート会議の実施方法についても検討する必要がある。

## 3 機構サイト再構築

- after コロナ期における需要回復期を見据えた情報の継続的発信が重要であり、ライブによるコンテンツの拡充および市場の動向を注視した情報発信を中長期的に継続で実施する必要がある。

令和2年度事業 実績報告書

整理番号	20011	事業名	民族共生象徴空間 誘客促進・地域連携事業	担当部	地域観光部/国内誘客部
				担当者	生川 幸伸、伊藤 真
<b>【事業の概要】</b>					
2020年民族共生象徴空間の開設（白老町）を控え、道内他地域との連携方策の検討（ネットワーク体制の構築）や、道内各地への観光客の周遊促進に向けた、受入環境の整備を図る。					
<b>【事業実施内容及び事業の現状】</b>					
1. 事業検討会議の開催					
(1) 実施期間 令和2年7月～令和3年3月					
(2) 実施内容 全体会議及びブロック会議（受入体制検討会）の開催					
<ul style="list-style-type: none"> <li>・全体会議：道内観光関係者を対象に、ウポポイを核とした道内アイヌ文化拠点地域等への誘客及び周遊を図るための全体会議を開催。（第1回：8月6日札幌にて開催、第2回：2月25日リモートで開催。）</li> <li>・ブロック会議：道内アイヌ文化拠点地域等で、意見交換・ワークショップなどにより観光客の満足度を高めるためのメニュー開発等を検討。（受入体制の検討会を、旭川市、平取町、帯広市で実施。）</li> </ul>					
2. 観光商材のデータ化					
(1) アイヌ文化伝承拠点地域のデータベース構築					
道内に点在するアイヌ文化伝承拠点地域に関する資源データのベース化を図り、旅行会社や教育関係者、アイヌ文化に興味のある「旅マエ」の観光客などがプランニングするツールとして、情報発信媒体（WEB）ページを作成。（令和3年1月下旬よりWEBサイトで公開）					
(2) アイヌ文化ガイド教本のデジタル化					
令和元年度に、アイヌ文化に関する正しい知識により観光客に正しく伝えるためのツールとして、道内の観光ガイド向けにガイド教本を作成。今年度はデジタル化を図り、(1)のWEBページと連動させ、WEB上から取得できるよう構築。					
3. 「民族共生象徴空間」を核とした道内周遊を促進し、若年層や女性層を中心とする「潜在層」の掘り起こしを図るため、TVアニメ「ゴールデンカムイ」を活用し道内周遊を促すスタンプラリーを実施。					
(1) 実施期間：令和2年6月19日～令和3年3月31日					
(2) 内容：今年度は、チェックインスポットに稚内と函館地区を追加し、全道を網羅する形となり、昨年の11エリアから13エリアに拡大。また、パンフレットを蛇腹形式とし携帯性を高め、更に北海道内の移動時間を表記したものとした。					
コロナ禍で当初開始予定の4月22日を6月19日に変更。平行してスタンプラリーポイント施設に行かずとも楽しめるWEBサイト「北海道の歴史と文化をめぐる旅」を作成。（「おうちで巡るプチラリー」を開設）					
新たな試みとして、新千歳空港内でGPSを利用したボイス「ようこそ北海道へ」という音声ARと同様に入手できる仕掛けを実施。（楽しみ方動画を制作し配信。）					
(3) 実績：6月19日～2月28日現在の参加者数 約14,800人 (前年度は、4月27日～3月31日の間で約20,000人が参加。)					
4. アイヌ文化研修会の開催					
バスガイド、ボランティアガイドなど観光従事者向けに、道内4か所で開催。以下、実施会場。					
10月28日帯広（19名参加）、11月12日札幌（36名参加）、11月13日旭川（31名参加）					
11月16日函館（28名参加）					
<b>【評 価】</b>					
旅行会社、教育旅行、アイヌ文化関係者などから要望があった、アイヌ文化伝承（拠点）地域を網羅した					



ポータルサイトが完成し、アイヌ文化に興味を持つ新たな客層への訴求などで一定程度の役割を果たすことが出来た。TVアニメ「ゴールデンカムイ」を活用したスタンプラリーは、コロナ禍で参加者数は減少したものの、道内客が中心となって、本スタンプラリーでウポポイと他のアイヌ文化拠点地域を周遊した。

(道外からの参加者は前年度の約35%と減少)

蛇腹式のスタンプラリーのパンフレットは、スポット(歴史と文化施設)の紹介の他、北海道内の移動時間の掲載など、表記が解りやすく、特に、道外での配布時に好評を得た。

#### 【課題】

##### 《受入体制整備》

アイヌ文化伝承(拠点)地域において活躍する関係者間による更なる連携と、多様な観光客を受け入れるための、人材の育成、商品開発、情報発信等における支援が引き続き求められる。

##### 《道内周遊促進》

日露戦争後の北海道を舞台としたTVアニメ「ゴールデンカムイ」は、文化庁もアイヌ文化PRとして本事業の活用を促進しており、今回、登別市のバスラッピング(道南バス・高速白鳥号)や、首都圏主要駅でのPR展示が行われる事となった。(「北海道はゴールデンカムイを応援しています。」)

今後も1つの事業で完結するのではなく、広く北海道PRに繋がっていくものとして行くべきと考える。

令和2年度事業実績報告書

整理番号	20012	事業名	地域偏在解消誘客促進	担当部	国内誘客部
				担当者	伊藤 真
<p><b>【事業の概要】</b></p> <p>○目的：国内道外客の誘客  交通事業者等と連携し新幹線や道内地方空港などを活用した誘客施策を実施する。また、道内全域の観光情報発信の基、誘客施策を実施し地域偏在解消を図る。</p>					
<p><b>【事業実施内容】</b></p> <p>1. プロモーション事業</p> <p>(1) 航空会社・鉄道会社との連携（媒体を活用したプロモーション）  日本航空、全日本空輸、AIRDO、JR東日本の各社が持つ媒体を活用した効果的なプロモーションの実施（機内誌や車内誌、機内ビデオ、WEBやSNSによる情報発信、駅におけるポスターの掲示等）</p> <p>(2) 搭乗キャンペーン  新型コロナウイルス影響により落ち込んでいる道外客回復対策として閑散期に実施。  期間：11月1日～2月14日搭乗・乗車対象  内容：道外在住の人対象。抽選で3,905名様に北海道関連グッズをプレゼント。  景品：北海道7空港エリア特産品、キュンちゃんぬいぐるみ、各交通事業者のキャンペーンオリジナルグッズ、道内スポーツ団体ユニフォーム等。  同時に各空港、交通機関と連携した新型コロナウイルス感染予防対策の取り組み掲載のWEBページ「新しいスタイルで旅を楽しもう」を配信。</p> <p>(3) フェリーの利用促進（WEBサイト制作）  運輸局（海事）と各船社、フェリーターミナル等と連携し北海道への航路と道内航路を主とした利用促進WEBサイト制作、配信。</p> <p>2. 旅行商品造成・販売支援事業（観光情報発信）</p> <p>(1) 旅行会社へのタイムリーな北海道観光情報発信WEBサイト制作。  WEBサイト内容は、観光施設、宿泊施設等がID登録後、施設・観光情報を自ら登録・更新をおこなう形式で、情報の更新も施設が行うことにより、タイムリーな情報を旅行関係者に発信が可能。  旅行商品造成時・接客時に恒常的に利用できるページとして制作・運営をおこなう。  制作・運営は3段階（3年）に分けて段階的に機能追加するが、R2年度は、第一段階（完成形の約3割）を制作。</p>					
<p><b>【評価】</b></p> <p>1. プロモーション事業</p> <p>(1) 航空会社・鉄道会社との連携（媒体を活用したプロモーション）</p> <p>○ 日本航空  機内誌（9月：民族共生象徴空間誘客促進事業広告と白老地域記事、11月：搭乗キャンペーン広告、12月：民族共生象徴空間誘客促進事業広告と空知地域記事、3月：民族共生象徴空間誘客促進事業広告と函館地区記事）、機内ビデオ（10～1月HOKKAIDO LOVE!』プロモーション動画放映）、WEBページ制作・SNS・メールマガジン配信（11月～3月：ひがし&amp;きた北海道へキャンペーンを活用した各地域の観光施設の紹介）。</p> <p>○ 全日空  北海道イチオシグランプリキャンペーンの実施（11-2月：TV、雑誌等の道外マスコミとタイアップし北海道の観光情報を発信、自社WEBページ、Twitter、メールマガジン、機内誌（12月：北海道イチオシグランプリ広告））。</p> <p>○ AIRDO  機内誌（12月：道内温泉特集、搭乗キュンペン広告掲載、1-2月：搭乗キャンペーン広告）自社WEBページ、インスタグラムでの搭乗キャンペーン告知。</p>					

○ JR東日本

車内誌（11月：冬の北海道特集）、駅ポスター掲出（3月：道東道北フォト記載、長野・新潟を除く管内駅）、WEB等の配信（12-3月、広告配信は12-1月：新幹線で行こう北海道特設ページ）

(2) 搭乗キャンペーン「北海道へ旅してプレゼント」

○ コロナウイルス影響により落ち込んでいる道外客回復対策として閑散期に実施

搭乗・応募期間は、2020年11月1日～2月14日

応募総数：第一弾11/1～12/10 1,537人 第二弾12/11～2/14 904人 合計 2,441人

GOTOトラベルが開始され11月からお正月にかけて需要回復・拡大を想定してキャンペーンを開始したが、感染再拡大を受けて宣伝・広告の取り下げと移動需要減で想定を大きく下回った。

○ 交通事業者と連携した新型コロナウイルス感染症予防取り組みWEBページ制作

誘客にあたり、交通事業者と連携し玄関口となる空港・駅の感染予防の取り組みを紹介（連携先JAL、ANA、AIRDO、HAC、北海道エアポートJR北海道、JR東日本、北海道バス協会、北海道ハイヤー協会）

2. 旅行商品造成・販売支援事業（観光情報発信）

11月下旬から観光情報入力画面開示、12月中旬に旅行会社へのURL案内開始。完成形の3割程度の機能ではあるが、観光情報の集約したWEBサイトとして可動。2月末時点の登録施設数325、登録旅行関係者数70（商品造成担当者が主）。

【課題】

1. プロモーション事業

道外からの誘客拡大目指し交通事業者（JAL、ANA、AIRDO、JR東日本）と協調し、機内誌・車内誌、機内・車内ビデオ等を利用した北海道の観光情報の発信は、費用対効果も高く継続していくが、新型コロナウイルスの影響で移動需要が大きく減少している事から交通広告に関わらず誘客の為の情報発信時期は次年度に関しては時期を見極めていかなければならない。但し、計画・準備は早めおこなう。また、札幌圏集中を避ける為道内流動拡大につながる施策を検討していきたい。

2. 旅行商品造成・販売支援事業（観光情報発信）

WEBサイト「北海道トラベルナビ」は、現在は3段階中1段階目で第2段階の制作に入る。観光情報のカテゴリー等を追加し、風景、食材等に対応する機能追加を予定。サイト利用者に関しては、少ないクリックでの観光情報取得を目指す。また、タイムリーな観光情報発信をコンセプトとして旅行商品造成・販売に役立つメールマガジンの配信等の実施予定。第2段階としては、サイトの8割まで完成させる。

令和2年度事業実績報告書

整理番号	20013	事業名	国内誘客促進強化事業	担当部	国内誘客部
				担当者	伴・山科・富永

【事業の概要】

道内外で誘客プロモーションを実施。道内全域への誘客を促進する。また、東名阪等でのマスコミ・メディア等の発信力と拡散力を活用し、北海道の魅力を効果的に発信する。

【事業実施内容及び事業の現状】

I 地域連携等による誘客促進事業（B t o C）

1. プロモーション実施概要

(1) 道内観光プロモーション

- ・白老駅北観光商業ゾーンにおける観光PR (7/18-19)  
 ゴールデンカムイスタンプラリーパンフレット配布、ゴールデンカムイVR体験、ガラポン抽選会、キュンちゃんグリーンティング、キュンちゃんグッズ販売、道内各観光パンフ配布
- ・「いいとこいいモノ発見キャンペーン」(7/01-8/31)  
 対象宿泊施設の利用者に、宿泊券や北海道特産品セットなどを抽選で10,000名にプレゼント
- ・「LINEを核とした情報発信プロモーション事業」  
 非接触でのプロモーションの核としてLINEを開設し、その登録促進のための取組を行うとともに、地域の関係者の協力いただきながら、道内各地の「キュン」とする観光情報を定期的に発信し、北海道ファンを獲得するための活用を図った。  
 (総友だち登録数 27,124人、ブロック数 5,875人、友だちアクティブ数 21,249人)  
 (タイアップテレビ番組 視聴率4.9% 約254,000人が視聴)

(2) 道外誘客プロモーション

- ・北海道まるごとフェア in サンシャインシティ観光PR(10/09-11)  
 札幌市や空知振興局など道内各地域と一体となって、まるごとフェア来場者に観光パンフ配布やステージPRなど実施
- ・KOBEL AIRPORT FESTA 北海道観光PR (3/20-21)
- ・大阪天神橋筋商店街 北海道観光PR (3/22)
- ・それ以外の道外観光プロモーションは、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、全て中止。

2. PRツールの作成

(1) PR資材作成

- ①観光マップ 5万部 ②観光ポスター(四季) 400セット ③観光ポスター(動物) 400枚

(2) プロモーション用キュンちゃんグッズの作成

- |                |         |               |         |
|----------------|---------|---------------|---------|
| ①オリジナルデザインほがじゃ | 25,000個 | ②歯磨き粉         | 10,080個 |
| ③石鹸            | 2,400個  | ④北海道旅の思い出日記   | 10,000部 |
| ⑤スケッチブック       | 500部    | ⑥ティッシュボックスカバー | 200個    |
| ⑦レジャーシート       | 300個    | ⑧マスク          | 1,000個  |

【課題】

- ・ウイズコロナやアフターコロナを見据え、どのような手法を組み合わせプロモーションを進めることが、道内観光の魅力の効果的な発信につながるのか、関係機関や地域の観光関係者などと連携して取り組んでいく必要がある。
- ・道内への誘客促進に向けては、首都圏を中心とする大都市圏からのリピーターへの誘客促進や、北海道との直行便就航地域との協働などを有効な手段と考えられる一方、コロナ感染状況を十分踏まえて取り組むことが必要である。
- ・新たにLINEを開設したが、効果的な情報発信には登録促進が不可欠であり、適切かつ着実な取組が必要である。

令和2年度事業実績報告書

整理番号	20014	事業名	北海道教育旅行活性化事業	担当部	国内誘客部
				担当者	長野 博樹
<p><b>【事業の概要】</b> 道内各地の特色ある素材を発掘して、地域の状況に合わせた教育旅行受入体制整備や商品化づくりなど地域が連携した取り組みを支援することにより教育旅行の誘致を図るとともに、北海道に慣れ親しむことによる将来的な北海道旅行のリピーター確保に繋げる。</p>					
<p><b>【事業実施内容及び事業の現状】</b></p> <p>(1) 招へい事業</p> <p>① 修学旅行研究会 9/12～13 東京都、神奈川県中学校校長、研究会役員 合計10名 9/12 新千歳空港～ウポポイ～洞爺湖火山科学館～洞爺湖 (泊) 9/13 洞爺湖～ニセコSDGsコンテンツ紹介～小樽研修～新千歳空港 宿泊施設で胆振振興局、市町村担当者等と意見交換を実施</p> <p>② 日本修学旅行協会 10/13～16 理事長、参与、国際部長 合計3名 10/13 新千歳空港～ウポポイ～札幌 (泊) 10/14 札幌市内視察～小樽視察～夕張市内視察～長沼 (泊) 10/15 長沼～夕張障害者スポーツ施設視察～富良野市内視察～旭川 (泊) 10/16 旭川市内視察～新千歳空港 月刊「教育旅行」2月号(北海道特集号)の取材を兼ねた視察</p> <p>③ 学校招へい 横浜市立橋中学校3名、横浜市市立釜利谷中学校3名 横浜市立蒔田中学校3名 さいたま市立与野西中学校2名</p> <p>④ 旅行会社招へい JTB宇都宮支店 4名</p> <p>(2) 北海道教育旅行緊急貸切バス経費助成事業 道外での修学旅行を予定していた学校で、新型コロナウイルス等の影響により道内に振り替えた学校に対し貸切バス1台あたり50,000円を助成(最大1学校300,000円まで) 実績 25校 4,900,000円 貸切バス 98台分</p> <p>(3) アドバイザー派遣 大阪府立今宮高等学校 1/28 リモート開催 講師 阿寒工芸協同組合専務理事 秋辺氏</p> <p>(4) 教育旅行講習会(道内自治体、事業者、関係者向け) 1/27 オンライン開催 参加者75名 講師 全国修学旅行研究協会常務理事 守屋 勝利氏 2/18 オンライン開催 参加者68名 同上</p> <p>(5) セールス活動 北海道修学旅行誘致に向けたプレゼンテーション 10月 関東中学校修学旅行委員会、栃木県校長会、さいたま市校長会 11月 宇都宮市校長会 関東中学校 約2,200校 北海道教育旅行ガイドブック、北海道マップ送付 全国海外修学旅行実施校 約800校 北海道教育旅行ガイドブック、北海道マップ送付</p> <p>(6) 制作物 ① 学校掲示用教育旅行ポスター ② 学校送付用DVD ③ 生徒配布用北海道パンフレット ④ 教育旅行ガイドブック増刷</p> <p>(7) 教育旅行サイト トップページ改修、新規教育旅行コンテンツの掲載他</p> <p>(8) 連携事業 訪日教育旅行推進協議会 新型コロナウイルス感染拡大のため中止した事業内容 ① 教育旅行説明会・相談会(東京、名古屋、大阪、岡山) ② 3月実施の全国教員招へい 新型コロナウイルス感染拡大のため縮小した事業内容</p>					

- ① アドバイザー派遣
- ② 旅行会社招へい

**【課題】**

- ・新型コロナウイルス感染拡大で修学旅行を中止した学校の影響で、北海道での修学旅行が減少したことから、誘致に向けた積極的な展開が必要である。特に関東からの中学校および海外で修学旅行を実施してきた学校をターゲットにする必要がある。
- ・本年度はプロモーションの実施、セールス活動が例年に比べ実施できない状況であったため、次年度はコロナ以前の並みの実施に戻すことが望まれる。関東、関西、九州、四国の高等学校の中止が多かったため回復に向けたプロモーション、セールスが必要。
- ・ウィズコロナ禍での修学旅行は実施形態が変化する可能性があるため、先を見越した受入体制づくりが必要である。

令和2年度事業 実績報告書

整理番号	20015	事業名	北海道観光誘致推進事業 (地域プロモーション事業)	担当部	地域観光部
				担当者	竹内恒之 他
<p><b>【事業の概要】</b> 道内各地域の特性を生かしたプロモーション事業を4地域分科会において実施。</p> <p>1. 国内プロモーション事業      2. 国際プロモーション事業 3. パブリケーション事業      4. 地域提案事業 等</p>					
<p><b>【事業実施内容及び事業の現状】</b> <b>道央地域分科会 (担当：竹内・赤渕)</b></p> <p>1. パブリケーション事業</p> <p>(1) リモート国際セミナー「アジアの今を知る！台湾編」</p> <p>①日時：8月27日 15:00～16:30 ②会場：京王プラザホテル プラザホール ※オンラインは「ZOOM」を使用 ③来場者：79名（会場30名／リモート49名） ④講師：新高通顧問株式会社代表取締役社長 富田恭敏氏 ⑤内容：2020夏「台湾現況報告」</p> <p>(2) リモート国際セミナー「アジアの今を知る！香港編」</p> <p>①日時：9月9日 15:00～16:30 ②会場：京王プラザホテル プラザホール ※オンラインは「ZOOM」を使用 ③来場者：77名（会場29名／リモート48名） ④講師：Mix Well Travel Limited 代表取締役社長 伏原健一郎氏 ⑤内容：香港マーケットにおける訪日旅行の現状について</p> <p>(3) リモート国際セミナー「アジアの今を知る！タイ編」</p> <p>①日時：9月15日 15:00～16:30 ②会場：京王プラザホテル プラザホール ※オンラインは「ZOOM」を使用 ③来場者：78名（会場39名／リモート39名） ④講師：トラリ・エンタープライズ㈱代表取締役社長 池内有里氏 ⑤内容：コロナ禍におけるタイの現況</p> <p>(4) ブLOGGER招請マレーシア観光セミナー</p> <p>①日時：10月2日 15:00～16:30 ②場所：京王プラザホテル札幌 地下一階「PLAZA HALL」 （当初オンラインによる参加も予定していたが、機材等の都合から会場参加のみに変更のうえ実施） ③講師：Cheesie（チージー）氏 ④参加者：33名 ⑤内容：マレーシアやシンガポールなどASEAN地域を中心に約30万人のフォロワーを有する超人気インフルエンサーCheesie（チージー）氏による「失敗しないブロガーの選び方」の講演</p> <p>(5) マレーシア「食の魅力発信事業」</p> <p>①日程：令和3年2月～3月 ②内容：道内の食文化の情報発信事業として、マレーシアの著名ブロガー（チャンウォン氏）がラーメン作りを体験する模様をZOOMで繋ぎ、「つけ麺」・「自家製麺」の文化をマレーシアに向けSNSで発信し、コロナ終息後のインバウンド誘致促進を図った。</p> <p>2. 道内プロモーション（メディア活用した情報発信）</p> <p>(1) 道央圏メディア情報発信事業</p> <p>①期間：11月～令和3年1月</p>					

②内容：bay FM(関東圏)が関東圏で放送する番組「大黒摩季のYour playlist」内において、大黒氏が実際に道央圏の観光スポット取材した内容を放送。同時に、大黒氏のSNSで取材の様子を道内で情報発信し、コロナ禍での新しい旅のスタイルをメディアで発信した。

(2) 道央圏メディア情報発信事業

①期間：12月～令和3年3月

②内容：観光需要が低迷する道内の閑散期（11月～）の入込客拡大を図るため、特に札幌圏を対象に、旬の魅力を情報誌「HO」（発行部数80,000部）で発信し誘客促進を図った。

※第1回目：12月25日発行、第2回目：1月25日発行、第3回目：2月25日発行

(3) 道央圏メディア情報発信事業

①期間：令和3年2月～3月（取材、番組放映）

②内容：札幌圏の周辺の飲食店で、あまり知られていない店舗や施設等をマレーシアのブロガー「チージー氏」が取材。最近人気の「クラフトビール」を提供する店舗や、ビールに合う料理など、ニッチな店舗情報を情報番組（ブラキタ/HBCテレビ）で放映すると共に、SNSやHP等でも紹介し、コロナ禍の誘客促進を図った。

3. 道外プロモーション

道央圏誘致キャンペーン事業（富山プロモーション）

①期間：10月21日～24日

②場所：富山大和（富山県富山市）

③内容：第51回富山大和北海道展で「食と観光」ブースを設け、北海道と富山の深い絆をテーマに、パネルやパンフレットの配架、動画の放映を実施。また、スイーツの実演販売、店舗紹介等、新たな観光素材をPRした。

道南地域分科会（担当：三浦・生川）

1. パブリケーション事業

(1) JAFとの観光協定に基づいた広報事業

①日程：8月12日（書面開催承認後）～3月末

②内容：道南エリアを周遊するドライブ観光を推進するため、道南エリア18市町がJAFとの観光協定を締結。JAFのホームページ内で各自治体がPRを実施し、JAFメイト全道版（2.3月号および4月号）において道南エリアの記事を掲載。

2. 国内プロモーション事業

(1) 道南スタンプラリー事業

①期間：10月15～1月31日（スタンプラリー期間）・事業終了2月26日

②内容：道南地域（渡島・檜山管内）で域内周遊を促進し、経済効果を派生させリピーター確保につなげるためのスタンプラリー事業を実施。（地域の特産品を賞品とする）

応募総数（実績）：1,894名（目標：1,000名）

(2) 道南地域誘致事業

「ツーリズムEXPO/TEJ 東京商談会」（令和3年1月7～9日開催予定）への出展

※首都圏の新型コロナ感染拡大に伴う非常事態宣言発令で上記催事が中止

道南地域ブース用でのPR販促品として、キュンちゃんグッズ等を準備。（クリアファイル、メモ帳等）

（別途、プロモーション事業で活用予定。）

3. 地域提案事業

(1) 「函館・みなみ北海道でパシャ」フォトキャンペーン2020（箱館会）

①期間：9月1日～10月31日

②内容：函館市内・道南エリアの観光施設20箇所にウェルカムフォトパネルを設置し、その周辺で撮影した写真を投稿、スポットごとで「いいね」数がNO.1の方と、その他抽選で景品をプレゼント



するキャンペーン。(5年目) 投稿者実績:680名(目標数:500名)

(2) 函館散歩でスタンプ&レシートラリー (函館国際観光コンベンション協会)

①期間:8月15日~10月18日

②内容:函館市内の観光施設9か所の中から3か所でスタンプの押印と、500円以上のお買い物(レシートをスタンプシートに添付)を条件としたキャンペーン。抽選で100名に特産品等プレゼント。応募実績:541名(目標:500名)

(3) カンコマエリア(森町・鹿部町・七飯町) サイクルツーリズムPR事業(環駒ヶ岳広域観光協議会)

①期間:9月1日~令和3年2月28日

②内容:環駒ヶ岳エリア(森・鹿部・七飯町)のサイクルイベントコースやサイクル時の立寄りスポットなどの動画を撮影し、YouTube配信を行いPRを実施。

(4) 寒中みそぎフェスティバル(木古内町)

①期間:令和3年1月14日~1月15日

②内容:「寒中みそぎフェスティバル」において、地域住民の応援と次年度の集客につなげるため、町内イルミネーション事業と打ち上げ花火を実施し、SNS等を活用して情報発信を実施。

(5) 南北海道 最後の武士達の物語(箱館五稜郭祭実行委員会)

①期間:10月1日~令和3年2月28日

②内容:戊辰戦争の歴史とゆかりの地を巡る道南周遊の情報発信。周遊マップの作成とホームページの情報更新を実施。

**道北地域分科会(担当:稲村・浮穴)**

1. パブリケーション事業

(1) 北海道新聞(旭川・北見版) 広告掲載

①日程:7月22日朝刊

②内容:道北管内における地元客の外出意欲喚起・近隣観光促進に向けた、広告の制作及び掲載

(2) 北海道じゃらん(9月号)への掲載

①発行日:8月20日

②内容:9月の4連休を中心とした紅葉シーズンの道内客誘致促進(道北各地の9月キャンペーン情報等の広告掲載)

(3) ANA DigitalConnect 広告配信

①期間:制作・配信 令和3年1月~3月下旬

②内容:全日本空輸と連携し、道北の春~初夏の管内周遊モデルコースをANAマイレージクラブ会員に対して動画広告の配信を実施。

(4) OneTrip JAL 広告掲載

①期間:令和3年3月

②内容:春~初夏の観光需要の早期回復を図るため、日本航空と連携し、道北の周遊モデルコースをテーマとしたオンライン記事広告を掲載

(5) 北海道新聞(旭川・北見版) 広告掲載

①日程:令和3年3月17日朝刊

②内容:春の観光需要の創出及び周遊促進に向けた、広告の制作及び掲載

(6) 道北の冬季PR 動画外国語字幕版制作

①期間:令和3年1月~3月

②内容:道北管内の冬季の魅力をPRするための短編動画を作成しSNS等を通じて国内外の消費者に発信

(7) 北海道じゃらん(4月号)への掲載

①日程:令和3年3月20日発行

②内容:春~初夏の観光需要の早期回復を図るため、周遊モデルコースをテーマとした記事広告の掲載

## 2. 国内・地域プロモーション事業

### (1) オロロンラインプレゼンツ♪冬のるもい大物産展 in オンライン

①日程：12月11日～令和3年1月15日

②内容：留萌管内の食と観光の一体化による効果的なPR展開をオンラインで実施

## 3. 共同事業

道東地域分科会共同事業（ひがし北海道WEBサイト EXPLORE the WONDERLAND 改修・更新事業）

内容：宿泊ページの見直し及び繁体字版・タイ語版の特集ページの更新

## 道東地域分科会（担当：嵯峨山・沼沢）

### 1. 国内プロモーション事業：

#### (1) ひがし北海道観光素材説明会

①期間：札幌（10月19日）、東京（10月21日）

②内容：ひがし北海道の冬・春の素材を発地の旅行会社やメディアに説明するとともに、道東の観光事業者との商談会を開催し、各地の冬の魅力を伝えた。

#### (2) マーケティングリサーチ事業

①期間：12月～令和3年年2月

②内容：マーケティング調査（新型コロナウイルス感染症収束後の旅行・観光意識調査事業）

#### (3) コンテンツ制作事業

①期間：令和3年1月～2月

②内容：ExpIorer The Wonderland.web コンテンツ制作

・緊急事態後の「冬から春の魅力発信！」 ・新型コロナウイルス感染症対策PR

### 2. 国際プロモーション事業（FITプロモーション（VJ地方連携事業））

#### (1) タイ・マレーシア向けの動画制作発信事業

①期間：配信期間：令和3年2月10日～

②内容：媒体名 ひがし北海道自然美への道DMO公式Youtubeチャンネル「ひがし北海道スタイル」  
配信パターン(本数) タイ編/4パターン(4本) マレーシア編/4パターン(4本)

#### (2) コロナ収束後の台湾旅行者の観光意識調査

①期間：令和3年1～2月

②内容：新型コロナウイルス感染症収束後の台湾旅行者の旅行・観光意識調査事業（1回目は定量調査を、2回目は対面会話で意識調査を実施。コロナ禍・アフターコロナの観光施策に繋げる調査を行った。）

### 3. パブリケーション事業

#### (1) WEBサイト管理運営

①期間：10月以降～

②内容：EXPLOREの自然美コンテンツ情報更新（道東各地の現在情報掲載を翻訳）

SSL、サーバーメンテナンス、宿泊施設のページ更新、繁体字ページの更新等

**【評価】**

道央地域：コロナ禍において、道央圏をターゲットに近隣の新たな旅の楽しみ方を伝えることが出来た。また、東アジアの情勢を観光関係者が認知してもらうことで、アフターコロナの戦略についてそれぞれが検討する良い機会となった。

道南地域：道南地域でマイクロツーリズムに取り組み、地元住民に新たな観光スポットを認知してもらうとともに、観光施設等の販促に繋げることが出来た。

道北地域：道北地域の早春の魅力を航空会社等と連携し発信することにより、コロナ禍の密を避けた旅の楽しみ方を提案することが出来た。

道東地域：道東地域の観光関係者に対し、コロナ禍の消費者の心理的な変化、動向予測等を的確に情報提供し、秋～冬季の誘客手法などに活かすことが出来た。

**【課題】**

道央地域：道央圏はワーケーションの受入に際し、他地域より優位な点があるため、札幌圏から訪れることが可能な日高、東胆振、中空知、北空知、北後志地域等情報媒体で取り上げられていない地域についても、しっかりその魅力を発信する必要があると考える。

道南地域：新年度、「道南 MaaS」実証実験が開始されることから、二次交通で巡ることが出来る観光スポットの情報を、函館への訪問を検討する「旅マエ」の消費者や「旅ナカ」の観光客に発信する必要があると考える。

道北地域：アドベンチャートラベルの体験できるスポットが道北地域に多数点在することから、旭川を拠点としたアクセス方法や、体験プログラムの魅力をしっかり発信する必要がある。

道東地域：昨年度、LCC が釧路空港と女満別空港に新規就航したことから、就航都市周辺の住民向けに、「密」を回避できる環境と、モデルコースをしっかりと発信する必要がある。

令和2年度事業実績報告書

整理番号	20016	事業名	どさんこ旅サロンの運営・利用促進事業	担当部	国内誘客部
				担当者	佐々木 真

【事業の概要】

首都圏における北海道観光の情報発信拠点である「どさんこ旅サロン」を運営し、北海道の適確な情報を提供することにより、首都圏からの誘客を促進する。また、北海道どさんこプラザや旅行会社との連携、都内でのイベント参加などを通じ、「どさんこ旅サロン」を周知し、利用拡大を図る。

【事業実施内容及び事業の現状】

1. 施設名称 北海道・さっぽろ観光情報プラザ（愛称：どさんこ旅サロン）
2. 設置場所 東京都千代田区有楽町2丁目10-1 東京交通会館3階
3. 営業日 月曜～金曜 11:00～19:00（勤務時間は10:45～19:00）
4. 運営体制 2名常駐（マネージャー1名、スタッフ2名 シフト制）
5. 業務内容 観光情報の提供・相談対応、観光パンフレット等の配布、営業活動
6. 受託事業者 ツーリストエキスパート
7. 受託期間 令和2年6月1日～令和3年3月31日
8. 利用状況

月	来店者数 ( )内 前年比	相談件数 ( )内 前年比	電話件数 ( )内 前年比
6月	192 (24.4%)	19 (14.3%)	47 (68.1%)
7月	263 (27.8%)	45 (34.4%)	47 (77.0%)
8月	318 (48.5%)	48 (44.0%)	47 (60.3%)
9月	408 (70.1%)	100 (86.2%)	64 (125.5%)
10月	452 (94.2%)	104 (167.7%)	66 (106.5%)
11月	216 (58.2%)	31 (73.8%)	22 (48.9%)
12月	177 (44.0%)	20 (39.2%)	28 (52.8%)
1月	116 (22.1%)	12 (20.7%)	30 (56.6%)
2月	131 (27.2%)	18 (33.3%)	38 (90.5%)
3月	212 (785.2%)	35 (1750.0%)	43 (86.0%)
計	2,485 (36.3%)	432 (43.7%)	432 (62.6%)

※ 新型コロナウイルス感染症拡大により、4月01日～5月31日の間、完全閉鎖。  
これに合わせて、委託期間を6月からの10ヶ月間で契約。

### 【評価】

- ・ 再開直後の6月の来店者数は前年比24.4%。その後、徐々に回復し、東京都がGo Toトラベルの対象となった10月には、前年並みに戻った。しかし、10月下旬に、北海道の感染者数の急増が全国ニュースで放映されると来店者は減少。11月以降は、全国的にも感染者が再拡大し、来店者数は減少している。
- ・ 新型コロナウイルス感染防止対策として、入口にアルコール消毒液、カウンターにビニールパーテーションを設置。混雑緩和を目的に、旅行相談の予約制を導入した。また、東京都の「感染防止徹底宣言ステッカー」、北海道の「北海道スタイル ステッカー」を掲示し、感染防止対策を適切に実施していることを周知した。
- ・ ツーリズム EXPO ジャパン 東京商談会・トラベルフェスタ、北海道ブロック記者発表会に、スタッフ派遣を要請する予定だったが、新型コロナウイルス感染拡大を受けイベントが中止。その他の営業訪問も、新型コロナウイルスの影響で、例年通りの活動はできなかった。
- ・ 「どさんこ旅サロン」の公式Facebookで「北海道の味覚」写真展を実施。コロナ禍のなかでも、北海道への関心を繋ぎとめるよう努めた。

### 【課題】

- ・ with コロナ期の今年度は、来店者とスタッフの安全を最優先に「どさんこ旅サロン」を運営するよう指示。次年度は、after コロナにおける「どさんこ旅サロン」の利用促進にLINEを活用する予定。

令和2年度事業実績報告書

整理番号	20018	事業名	アドベンチャートラベル受入整備・ブランド向上事業	担当部	国内誘客部
				担当者	山科 雅義

【事業の概要】

自然・歴史・文化を生かした体験型観光メニューが全国で数多く生まれ競合がひしめく中、アウトドアの好適地である北海道の認知度向上、自然体験の魅力をブランド構築し、アウトドアファン層の関心が高いコンテンツを中心に認知を高めることで年間を通じて定期的な再来訪につなげられるよう、道内外に向けた誘客促進を図る。

【事業実施内容及び事業の現状】

① 道外向け情報誌を活用した情報発信

- ・全国誌の『北海道生活』2021年4・5月号(3/28発売)45,000部に綴込別冊(A4判変形4/4色20ページ輪ゴム中綴じ)を全国の書店に販売配送。
- ・北海道アウトドアガイド有資格者及び体験型事業者の体験アクティビティを掲載。
- ・道内グランピングを中心とした宿泊施設等を掲載。
- ・取材地域周辺のアウトドア等関連情報等を掲載。
- ・制作物はアウトドアショップや量販店店頭、交通要所等にも配布。

②道内向け情報誌を活用した情報発信

- ・北海道内誌「poroco」2021年4月号(3/20発売)70,000部にて、見開き2ページへ上記①の取材内容に基づいて掲載する。

③道内PRイベントの実施

- ・コロナ拡大により開催中止。この費用は⑥Webプロモーション事業へ積み増した。

④体験型観光商談会の開催旅行関連企業向け(BtoB)体験型観光商談会

事業名 北海道観光商談会

日時 03月11日(木)13:00~16:00 開催

場所 札幌パークホテルパークプラザ

参加者 サプライヤー 65社(101名) バイヤー 34社(64名 そのうちオンライン3社)

⑤Webサイト更新事業

「旅して体験!北海道」ホームページ更新(2020全道体験観光アクティビティ800種類を格納)

⑥Webプロモーション事業

Facebook, Instagramにて広告プロモーション展開中 契約終了令和3年3月29日まで継続中。

【課題】

新型コロナウイルス感染拡大により、各事業で中止や延期が発生した。「北海道観光商談会」は当初11月に開催する予定だったが、3月に変更。いろいろなリスクがあるなか、商談会を開催したことに対して、サプライヤー、バイヤー双方から、感謝の言葉を多くいただいた。

令和2年度事業実施報告書

整理番号	20020	事業名	海外誘客プロモーション事業	担当部	海外誘客部
				担当者	井上かおり
<b>【事業概要】</b>					
<p>新型コロナウイルス感染拡大により海外から観光客は激減しているが、来るべき海外旅行市場再開に向けて、「北海道」への興味、関心を繋ぎとめておくための情報発信事業は必要と考える。デジタルメディアを戦略的に活用したストーリー性のある情報発信事業を行い、往来復活後の外国人観光客誘致につなげる。</p>					
<b>【事業実施内容及び事業の現状】</b>					
I デジタルメディアを活用した情報発信事業					
1. 台湾・香港・日本					
① 実施内容					
台湾・香港・日本市場のミレニアル世代に向けてのランディングページの作成及びSNS, WEBサイト、インフルエンサーを活用したプロモーション事業の実施					
② 事業者					
ENGAWA株式会社					
③ 企画テーマ					
秋：紅葉、グルメ、アウトドア、自然など 冬：雪、自然、温泉、グルメ インスタ映えスポットなどを盛り込み、「北海道スタイル」の安心情報と秋・冬の魅力を紹介する動画を制作・配信					
④ 成果					
メディア、KOL、FB、すべてのリーチ数を合算すると4,704,481回のリーチ数を獲得する。目標値に対して330.1%の結果となった。					
2. 中国					
① 実施内容					
ミレニアル世代に向け、SNSを活用した旅行系インフルエンサーとカメラマンインフルエンサー(共に日本在住)によるライブ配信及び観光情報、動画発信事業の実施					
② 事業者					
ENGAWA株式会社					
③ 企画テーマ					
ミレニアル世代に人気の冬のイベント、絶景、アクティビティ、グルメ等の情報発信					
④ 成果					
動画再生数 21,511,427回 目標値125.8% 投稿回覧総数 281,147,913回 目標値397.7%となる					
3. タイ、シンガポール					
① 実施内容					
ミレニアル世代に向け、インフルエンサー、ブロガー、Youtuberを活用した動画配信を実施する。					
② 事業者					
ENGAWA株式会社					
③ 企画テーマ					
冬の体験型コンテンツを中心にユーモアと臨場感に溢れ、旅行意欲を掻き立てる内容とする。					
④ 成果					
タイ動画視聴数 (公式アカウント+インフルエンサー) 1,456,913回 目標値127.3% グルメ動画					

が特に反響が良かった。

シンガポール視聴数（公式アカウント+メディア）263,518回 目標値135.1%

#### 4. 欧州(イギリス、フランス)

##### ① 実施内容

ミレニアルのモダンラグジュアリー層に対して道内ディスとネーションの観光プロモーションの動画を作成し海外のオンラインメディアにおいて広告・記事情報の発信を行う。

##### ② 事業者

株式会社HIS

##### ③ 企画テーマ

ミレニアルのモダンラグジュアリー層をイメージして北海道の冬の美しさをテーマに、温泉、人との交流などを盛り込み印象に残る美しい映像を作成しメディアから配信する。

##### ④ 成果

動画視聴数 16万回 目標値1600% その他8メディアに掲載される。

#### II オンライン旅行博、北海道旅行勉強会 (BtoB)

##### ① 実施内容

台湾、香港に対して、また日本に行きたいと思わせる映像や生ライブ配信を実施し、日本と台湾、香港の人気インフルエンサーを繋ぎスタジオからライブ中継する。

実施後は機構HPよりYoutube配信を行う。

##### ② 事業者

株式会社 北海道博報堂

##### ③ 企画テーマ

台湾、香港の親日層やリピーター層に対して、北海道の人気の冬の景色や 思い出をインフルエンサーに語ってもらい、アフターコロナに向けた旅行意欲を高めてもらう。

##### ④ 成果

LIVE配信、Youtube配信共に大幅なKPI未達。(香港の政治情勢の影響もあったと推測)

LIVE視聴者数300人 目標値6.3% YouTube 2,650回 目標値5.6%

\* 来期に向けて方面や事業者選定を含め再考が必要

#### III 北海道旅行勉強会 (BtoB)

台湾、東南アジア（英語圏）の旅行会社に対しオンラインにて北海道旅行の勉強会を実施する予定だったが、コロナウイルス感染拡大につき時期早々と判断し中止したが、台湾向けの旅行商談会のみ実施した。



令和2年度 事業実施報告書

事業番号	20021	事業名	北海道 MICE 誘致推進事業			
実施期間	令和2年4月1日～令和3年3月31日	担当部	海外誘客部	氏名	佐藤太一郎	
<p><b>【事業の概要】</b></p> <p>MICE は国内外から多くの来道者が見込まれ、地域の活性化に大きく貢献することから、北海道各地域の MICE 受入環境の充実を図るための事業を実施する。また、本道で開催される国際的又は全国的な規模で開催されるコンベンションの誘致や円滑な開催を促すため、一定規模以上で開催される事業に対し助成金の支出を行うとともに、コンベンション誘致の推進に資することを目的とした団体に構成員として参加するほか、団体の活動に必要な経費の負担を行う。</p>						
<p><b>【事業実施内容及び事業の現状】</b></p> <p>1. 地域の MI ポテンシャル調査と地域方針の策定と地域勉強会の実施</p> <p>事業対象地域（9 地域）の行政・観光協会等のキーパーソンの洗い出しを実施。MI 誘致に対し、事業対象地域（9 地域）の担当者及び関係者へのヒアリング調査を実施した上で地域方針を作成し、道内各地域に装着させるための地域勉強会を実施。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域勉強会</li> <li>(1) 開催時期・地域 <ul style="list-style-type: none"> <li>令和3年1月13日（水） 苫小牧・白老・登別 会場：苫小牧市民会館 9名参加</li> <li>令和3年1月14日（木） 旭川・富良野・美瑛 会場：富良野商工会議所 13名参加</li> <li>令和3年1月15日（金） 釧路・北見・帯広 会場：釧路観光国際交流センター 9名参加</li> </ul> </li> <li>(2) 内 容：講師を招き、MI・ワーケーションの理解、地域戦略について、レクチャーする勉強会</li> <li>(3) 対象者：対象地域及び近隣地域の各自治体、観光協会等の MICE 受入等の担当者など</li> </ul> <p>2. 北海道 MICE オンライン商談会、オンラインセミナーの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・北海道 MICE オンライン商談会</li> <li>(1) 開催概要 <ul style="list-style-type: none"> <li>令和3年2月18日（木） ZOOMによるオンライン方式 第1部(13:00～13:35)第2部(14:05～16:15)</li> <li>セラー8 地域13 団体 バイヤー14 社</li> </ul> </li> <li>(2) 内 容：道内各地域（自治体・事業者等）の MICE 関連団体（セラー）と道外 MICE 関連事業者（バイヤー）のオンライン商談会を実施</li> <li>(3) 対象者：道内（各自治体、観光協会、旅行事業者等）の MICE 誘致等担当者 道外（旅行代理店、イベント担当者、テレワーク推進協会等）の MICE 関連事業者</li> <li>・オンラインセミナー</li> <li>(1) 開催概要 <ul style="list-style-type: none"> <li>令和3年3月15日（月） 13：30～15：40 ZOOMによるオンライン方式 19名参加</li> </ul> </li> <li>(2) 内 容：オンライン商談会の成果及びその他本年度実施した各種業務について、全体を振り返るとともに今後の MICE 誘致に向けての情報共有及び意見交換を目的としたオンラインによるセミナー。</li> <li>(3) 対象者：対象地域及び近隣地域の各自治体、観光協会等の MICE 受入等の担当者など</li> </ul>						

### 3. 北海道コンベンション誘致促進助成金事業

#### (1) 助成金事業

コロナの影響により、取りやめまたは延期により、本年度の利用実績はなし。

#### (2) 「IME2021」への出展

##### 第30回国際MICEエキスポ(IME2021)

- ・開催日時：令和3年2月24日（水）～26日（金） 10:00～17:00
- ・開催方式：オンライン
- ・道内参加者：札幌市、旭川市、函館市、釧路市、北見市、帯広市、登別市、苫小牧市、北海道（機構）
- ・内容：MICEバイヤーとのオンラインによる商談の実施。 商談件数：51件

#### 【評価】

- ・コロナ禍における戦略として、「M」「I」を主眼に置く方針で、道内広域へMICE誘致の推進を図る取り組みとした。来年度も今年度の実績に基づき、拡大・改善を施し継続していく。
- ・今年度は、地域方針の策定や勉強会を実施することにより、MICE誘致のスキルアップを図ることができた。
- ・ワーケーション事業にも着眼し、今後の新しい取り組みにつながった。
- ・昨年度から実施しているPRツールのデジタル化は、今後も有効な手段となるため、今年度も継続して実施。来年度以降も継続する。

#### 【課題】

- ・各地域と事前に要望や意見を聞き、各地域が持っている課題や方向性を共有した上で、より効果的な事業実施をすべきであった。
- ・今年度の事業日程について各地域から余裕をもって欲しい旨の要望があったことから、各地域にヒアリングを行い、地域の実情に沿った日程で事業を実施する。
- ・地域勉強会の実施にあたり、今年度はコロナ禍での対応となったため道内3エリアとも当初予定していた人数の参加が叶わなかったため、当初からオンラインで実施することも検討すべきである。（苫小牧会場が前日にオンライン変更になったため、リアル開催した地域との議論における濃淡が見受けられた）
- ・地域勉強会及びオンラインセミナーの講師からのアドバイスは各地域から概ね好評であった。今後も全国的なMICEの動向やワーケーションの需要など継続的に情報収集を行い各地域への情報提供が必要である。
- ・オンライン商談会でネットワークのできた事業者への継続的なPRが必要なため、今年度事業で作成した地域カルテを翌年度以降も有効に使用すべきである。
- ・オンライン商談会で各地域がプレゼンする資料に完成度の差が見受けられたことから、次年度は専門家のアドバイスを請い、地域間格差を無くす取組を行いたい。
- ・来年度においても機構事業、協議会事業、IME出展と商談会が3つあることから、実施内容が重複しないよう、各地域や観光局との連携を深め、効果的な事業を実施する必要がある。

令和2年度事業 実績報告書

整理番号	20024	事業名	北海道観光誘致推進事業	担当部	海外誘客部
				担当者	井上 かおり

【事業概要】

新型コロナウイルス感染拡大により海外から観光客は激減しているが、来るべき海外旅行市場再開に向けて、誘致対象市場の特性に合わせた観光情報発信事業を実施すると共に、デジタルメディアを戦略的に活用したストーリー性のある情報発信事業を行い、往来復活後の外国人観光客誘致につなげる。

【事業実施内容及び事業の現状】

1. 機構公式SNSでの情報発信事業

- ① 発信言語 英語、中国語（繁体字・簡体字）、タイ語、韓国語、インドネシア語
- ② 発信頻度 Facebook 週5回/Instagram 週1回
- ③ 配信開始 2020年5月

2. 北海道観光通信（BtoB）

- ① 発信言語 英語、繁体字、簡体字、韓国語
- ② 対象国 韓国、中国、香港、台湾、タイ、マレーシア、シンガポールの旅行会社
- ③ 配信頻度 月1回
- ④ 配信開始 2020年4月

3. 海外メディアタイアップ支援事業 「連続テレビ小説 なつぞら」台湾での放送連携  
CMスポット放送・観光特番「日本学問大 前進日本」制作・インターネットPRを実施。  
YOUTUBE 総視聴回数3,069回、UU 2,419。

4. どさんこプラザ（タイ）を活用した情報発信

北海道の3ヵ年協定の2年目となる事業で、どさんこプラザ（タイ）にて、パンフレットラック（2か所）、映像モニター（1か所）を設置し、パンフレット及び映像による観光情報発信を通年で実施。今年度は、サイアム高島屋の協力のもと、2階から集客力のある1階へ店舗を移設。8月から9月にかけて店舗移設フェア、11月に開店2周年記念フェア、3月にもフェアを実施し、情報発信に努めた。

5. 北海道スキープロモーション協議会

北海道運輸局VJ地方連携・さっぽろグローバルスポーツコミッション・北海道スキープロモーション協議会との連携プロモーション事業として、大きく分けて欧米豪市場、中国市場に向け事業を実施。  
＜中国＞12月9日に北海道のスキーに関するWEBセミナーを開催、目標を超える参加人数で実施。  
翌12月10日に中国の旅行会社関係者等を集め、オンラインでのネットワーキングイベントを開催。  
＜欧米豪＞地域の観光資源と活用したプロモーション事業として欧米豪のスキー上級者、北海道スキーリピーターをターゲットに記事広告を掲載。協議会のLPやSNSへの誘導を図るため、WEB広告も実施した。記事広告のPV数は、コロナ禍での情勢によりKPIを下回ったが、誘導広告については、CT、IMPともKPIを上回ることができた。尚、招聘事業については、中止となった。

## 6. Modern luxuryフランスに向けた誘客プロモーション（運輸局とのVJ事業）

フランスのモダンラグジュアリー志向層をターゲットに、北海道ならではの食や歴史、文化に触れるストーリー性のある映像（1本）と記事（4本）を制作し、配信した。

### ○映像の成果

再生回数70,382回（2021年2月26日時点）

### ○記事の成果

- ・小樽（歴史） 3,824PV
- ・小樽（グルメ） 7,368PV
- ・余市4,964PV
- ・札幌4,159PV

## 7. ベトナム動画編集

ベトナム語テロップを挿入したベトナム市場向け動画を制作し、USBとして2本データを格納。今後のプロモーションに活用していく。

令和2年度事業 事業実績報告書

整理番号	20031	事業名	共同・協業販路開拓支援事業	担当部	AT 推進本部
				担当者	石橋静枝
<p><b>【事業の概要】</b>            アドベンチャートラベル（AT）は地域における旅行消費額が高く、日本の観光の質を変えらるゝて期待が高まっゝているが、北海道を含め日本国内での取組みは未だ限定的であり、主要な市場である欧米豪の旅行事業者との商談窓口や販路も確立できていない。また、北海道で開催が内定している ATWS2021 の主催者 ATTA の意向もあり、AT には北海道のみならず日本全体で取り組む必要がある。本事業では共同・協業販路開拓支援補助金を活用し、国内・海外の商談会を通じて AT 商品の造成を促すとともに、ATWS 開催後も継続して欧米豪事業者との取引が可能となるよう民間企業の販路拡大を支援する。</p>					
<p><b>【事業実施内容】</b></p> <p>■補助事業概要</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>補助事業名 北海道アドベンチャートラベルおよび周辺産業の隆盛に向けた「国内事業者」及び「欧米豪事業者」との商談会事業</li> <li>補助金交付申請額 39,696,666 円</li> <li>事業期間 令和2年7月1日～令和3年3月31日</li> <li>参画事業者（全国の旅行事業者） 全国8エリア（北海道、東北、関東・甲信越、中部、関西、中国・四国、九州、沖縄）の中小企業</li> </ol> <p>■実施内容</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>参画事業者への事業説明会（オンライン - Zoom 利用）               <ol style="list-style-type: none"> <li>日時 令和2年9月27日（木）12:30～14:00</li> <li>参加者 参画事業者18名、オブザーバー28名、事務局・委託事業者など11名</li> <li>内容 各社の自己紹介、事業説明、AT 概論・ツアー造成に関わる重要事項などの説明</li> </ol> </li> <li>AT ガイド育成のための研修会への参加（主催：北海道運輸局）               <ol style="list-style-type: none"> <li>日程 令和2年8月19日（水）～29日（土）</li> <li>場所 斜里（8/19-22）、摩周・屈斜路（8/21-23）、大雪エリア（8/26-29）</li> <li>参加者 北海道宝島旅行社、スキージャパンホリデーズ（長野）、四国ツアーズ（愛媛）、SMO 南小国（熊本）</li> </ol> </li> <li>AT ツアー商品・サービス造成支援               <ol style="list-style-type: none"> <li>事業説明                   <ol style="list-style-type: none"> <li>① 時期 令和2年7月</li> <li>② 相手 各参画事業者（仙台、東京、長野、名古屋、京都、大阪、松山、高知、福岡、那覇）</li> </ol> </li> <li>参画事業者との個別相談                   <ol style="list-style-type: none"> <li>① 時期 令和2年8～9月</li> <li>② 相手 参画事業者（仙台、東京、長野、名古屋、京都、松山、高知、南小国、屋久島）</li> <li>③ 内容 商品造成の進捗確認、課題抽出など</li> </ol> </li> </ol> </li> <li>参画事業者との個別相談会（オンライン - Zoom 利用）               <ol style="list-style-type: none"> <li>日時                   <ol style="list-style-type: none"> <li>① 1回目 令和2年10月22日（木）、23日（金）、10月30日（金） 1回45分×7社</li> <li>② 2回目 令和2年11月24日（火）、25日（水）、12月4日（金） 1回45分×8社</li> </ol> </li> <li>参加者 インアウトバウンド仙台・松島、THE J TEAM、スキージャパンホリデーズ、ハイマウントアソシエ、奥ジャパン、四国ツアーズ、SMO 南小国（2回目のみ）、シーサイドホテル屋久島（1回目のみ）、セルリアンブルー（2回目のみ）</li> <li>内容 造成中のコース資料・課題・質問（事前に提出）を基にした個別相談</li> </ol> </li> </ol>					

5. 国内発表・商談会

(1) 日程

令和2年12月17日(木)・18日(金)

(2) 場所

横浜市 TKP ガーデンシティ横浜 (一部事業者はZoomによるオンライン参加)

(3) 参加者

① 参画事業者(横浜:11名、オンライン6名\*)

北海道宝島旅行社、インアウトバウンド仙台・松島、THE J TEAM、ハイマウントアソシエ、スキージャパンホリデーズ(\*)、奥ジャパン、四国ツアーズ、SMO南小国、シーサイドホテル屋久島(\*)、セルリアンブルー(\*)

② 講演者、JNTO、北海道経済産業局、受託事業者、観光機構(横浜:17名、オンライン3名)

(4) 内容

① 参画事業者10社によるATコースの発表

② 国内長期コース造成に向けた事業者間のマッチング商談会

③ 講演(JTB GMT 尾崎氏・辻村氏、キャニオンズ M.ハリス氏、北海道体験観光推進協議会 坂本代表理事)

6. 欧米豪事業者とのオンライン商談会

(1) 日程

令和3年2月18日(木)

(2) 場所

仙台国際ホテルおよびオンライン(イベント用プラットフォームHopin利用)

(3) 参加者

① 欧米の事業者 9社(アメリカ6社、カナダ2社、フランス1社)

② 全国の参画事業者 9社(仙台:12名、オンライン11名)

北海道宝島旅行社、インアウトバウンド仙台・松島、THE J TEAM、ハイマウントアソシエ、スキージャパンホリデーズ(オンライン)、奥ジャパン(オンライン)、四国ツアーズ、SMO南小国(オンライン)、ジャンボツアーズ(オンライン)

③ 北海道経済産業局、受託事業者、観光機構(仙台:12名)

(4) 内容

① 参画事業者の紹介

日本側は会社概要をまとめた動画を上映、欧米側は担当者がオンラインで自己紹介

② 商談セッション

1セッション13分、1社対1社の総当たり方式で実施

③ 北海道側事業者ブース

Hopin内にオンラインのブースを設置し、各社の紹介動画を配信

④ ATコースの紹介

専用ウェブページに参画事業者が造成したAT商品の詳細資料を掲載

7. フィードバック会(6の延長施策として、Zoomを利用して実施)

(1) 日程

令和3年3月15日(月)、16日(火)、17日(水)、

(2) 参加者

① 欧米の事業者 4社(アイスランド、ドイツ、英国、米国)

② 全国の参画事業者 9社

(3) 内容

参画事業者が厳選したAT商品について、欧州の事業者が事前にフィードバックシートで評価。欧州の事業者1社毎にオンラインセッションを設定し、シートに基づく評価・コメントをヒアリング。

【課題】

- 事業者や担当者によってATに関する知見や実績に格差がある。
- コロナ禍の影響により、経営状況が厳しく限られた予算と人材での展開となった参画事業者も見られた。
- 国内商談会では、地域連携した長期コース造成を目的としたセッションで当日中には明確な方向性を見出せなかったテーマもあり、商談会後に長くフォローが必要となった。
- 欧米事業者との商談会では、一日で欧州・北米それぞれのAT事業者と接点を持つとしたため、参画事業者や欧米事業者に時間的な負担をかけた。欧州の設定時間が朝食の時間帯と重なり、ロックダウンで在宅の多い英国の事業者が全てキャンセルになったのは課題として残った。
- 商談時間の使い方については改善の余地がある。造成したコースを十分に説明できていた事業者は多くなかった。各社から欧米事業者へのフォローアップ、継続的なコミュニケーションや販促が今後の鍵となる。
- イベント用プラットフォームHopin自体は使い方によっては有用なツールだが、参加事業者には事前にテストの機会を与えた方がより効果的に活用できると思われる。

令和2年度事業実績報告書

整理番号	20032	事業名	教育旅行支援事業	担当部	国内誘客部																
				担当者	長野 博樹																
<p><b>【事業の概要】</b> 道内で実施する教育旅行において、新型コロナウイルス感染症対策として、貸切バス及び宿泊施設での感染リスク低減に取り組むために必要な費用を予算の範囲内で支援する。</p>																					
<p><b>【実施内容】</b> 北海道経済部観光局が発注した事業で、公益社団法人北海道観光振興機構がコンソーシアム代表となり、(株)JTB北海道事業部、(株)近畿日本ツーリスト北海道、(株)日本旅行北海道、(株)JR北海道ソリューションズの合計5社で受託し事業を展開した。</p>																					
<p><b>【事業内容】</b></p> <p>① 支援内容 実施期間：令和2年7月27日～令和3年3月19日 申込対象：教育旅行を行う旅行会社、教育旅行の手配を行う国内の学校 支援金の内容及び交付額</p> <table border="0"> <tr> <td>(1) 貸切バス等追加借上支援</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>    宿泊を伴うもの1日1台あたり</td> <td></td> <td>140,000円</td> </tr> <tr> <td>    冬季観光施設を利用する活動(日帰りのもの)</td> <td>82,500円</td> <td></td> </tr> <tr> <td>(2) 宿泊部屋数増への支援</td> <td>1人1泊あたり</td> <td>3,000円</td> </tr> </table> <p>実施結果</p> <table border="0"> <tr> <td>支援総数</td> <td>1683件(道内校1572件、道外校111件)</td> </tr> <tr> <td>支援総額</td> <td>734,893,474円</td> </tr> </table> <p>その他 教育旅行での新型コロナウイルス対応休日相談窓口を設置</p> <p>② 感染症対策施設サイトの構築</p> <p>③ 情報発信 産経新聞(兵庫版)、教育家庭新聞、観光経済新聞、旬感旅行新聞、トラベルジャーナル、月刊「教育旅行」</p> <p>④ 「北海道教育旅行」サイトでの情報発信 教育旅行支援事業案内 SDGsコンテンツページ増設 教育旅行モデルコースページ増設(39コース)</p>						(1) 貸切バス等追加借上支援			宿泊を伴うもの1日1台あたり		140,000円	冬季観光施設を利用する活動(日帰りのもの)	82,500円		(2) 宿泊部屋数増への支援	1人1泊あたり	3,000円	支援総数	1683件(道内校1572件、道外校111件)	支援総額	734,893,474円
(1) 貸切バス等追加借上支援																					
宿泊を伴うもの1日1台あたり		140,000円																			
冬季観光施設を利用する活動(日帰りのもの)	82,500円																				
(2) 宿泊部屋数増への支援	1人1泊あたり	3,000円																			
支援総数	1683件(道内校1572件、道外校111件)																				
支援総額	734,893,474円																				
<p><b>【事務所体制、場所】</b> 設置場所 豊川南一条ビル4階(札幌市中央区南一条西5丁目7-1) 体制 申請受付、サイト運営、相談窓口業務、経理業務等 スタッフ8~14名にて対応(繁忙期により調整)</p>																					
<p><b>【課題】</b> 新型コロナウイルス発生により北海道への観光客が激減するなか、教育旅行も大きな影響を受けることとなったが、3密を回避するなど少しでも安心安全な教育旅行の実施に向けた当支援事業は教育旅行関係者から大きな評価をいただいた。また、貸切バス事業者、宿泊施設、旅行会社からも売り上げが落ち込む中の一助となったとの声をいただく事業となった。 郵送での申請受付などの対応について、電子申請等を利用し簡便化を求める希望が多く寄せられた。また、新型コロナウイルスが収束しない状況が続いている為、次年度も当事業の継続を求める声が広く上がった。</p>																					